

ЭКОНОМИКА ОТРАСЛЕВЫХ РЫНКОВ INDUSTRIAL ORGANIZATION MARKETS

DOI: 10.22363/2313-2329-2022-30-1-45-56

УДК 339

Научная статья / Research article

Национальный туристический рейтинг российских регионов: типологическое разнообразие

С.В. Кондратьева 

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Федеральный исследовательский центр «Карельский научный центр Российской академии наук», Российская Федерация, 185030, Республика Карелия, Петрозаводск, пр. А. Невского, д. 50
✉ svkorka@mail.ru

Аннотация. В условиях усиления интереса к развитию туристско-рекреационной сферы деятельности рейтингование российских регионов, позволяющее выявить лидеров и аутсайдеров развития внутреннего и международного въездного туризма, является одним из эффективных инструментов стратегического планирования и управления на федеральном и региональном уровнях власти. Кроме того, туристическое рейтингование способствует формированию предпочтений российских граждан о возможностях проведения досуга и отдыха, стимулируя развитие внутреннего туризма. Целью работы является выделение типологических групп российских регионов и основных тенденций развития их туристической привлекательности на основе динамики значений Национального туристического рейтинга за период 2016–2020 гг. Предложенный в статье подход на основе динамики значений Национального туристического рейтинга за период 2016–2020 гг. и их медиан позволяет выделить типологические группы субъектов РФ по туристической привлекательности, потенциалу и популярности среди внутренних и иностранных туристов, а также определить основные тенденции ее развития. Исследование базируется на открытых данных официального сайта Национального туристического рейтинга за период 2016–2020 гг., а также научных работах по исследуемой проблематике российских исследователей. Анализ позволил выделить пять типологических групп российских регионов по уровню туристической привлекательности: высокая (12,9 %), повышенная (16,5 %), средняя (18,8 %), недостаточная (32,9 %) и низкая (18,8 %). Кроме того, определены три основные тенденции развития региональной туристической привлекательности. Воздействие пандемии COVID-19 на туристическое развитие российских регионов проявилось разнонаправленно: часть субъектов РФ получила выгоды и усилила свои позиции с различной степенью роста в Национальном туристическом рейтинге (38,8 %), большая доля – пострадала, снизив значения (47 %), пятая часть субъектов РФ сохранила свои позиции в рейтинге (21,2 %). Материал представляет интерес для исследователей, фокусирующихся на проблематике конкурентоспособности

© Кондратьева С.В., 2022



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

и туристической привлекательности России в целом и в региональном разрезе, представителей органов региональной власти, специалистов, преподавателей и студентов профильных учреждений.

Ключевые слова: туристическая привлекательность, регион, Национальный туристический рейтинг, типологические группы, внутренний и международный въездной туризм

История статьи: поступила в редакцию 5 сентября 2021 г.; проверена 11 ноября 2021 г.; принята к публикации 10 декабря 2021 г.

Благодарности. Статья подготовлена в рамках выполнения государственного задания Федерального государственного бюджетного учреждения науки Федерального исследовательского центра «Карельский научный центр Российской академии наук».

Для цитирования: *Кондратьева С.В.* Национальный туристический рейтинг российских регионов: типологическое разнообразие // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. 2022. Т. 30. № 1. С. 45–56. <http://dx.doi.org/10.22363/2313-2329-2022-30-1-45-56>

National tourist rating of Russian regions: Typological diversity

Svetlana V. Kondrateva 

*Karelian Research Center, Russian Academy of Sciences,
50 A. Nevsky Avenue, Petrozavodsk, 185030, Russian Federation*
✉ svkorka@mail.ru

Abstract. In the context of increasing interest in the development of the tourist and recreational sphere of activity, the rating of Russian regions, which makes it possible to identify leaders and outsiders in the development of domestic and international inbound tourism, is one of the effective tools for strategic planning and management at the federal and regional levels of government, at the same time contributing to the formation of preferences of Russian citizens about the possibilities of leisure and recreation. The aim of the study is to identify typological groups of Russian regions and the main trends in the development of their tourist attractiveness based on the dynamics of the values of the National Tourist Rating for the period 2016–2020. The approach based on the dynamics of the values of the National Tourism Rating for the period 2016–2020 and their medians allows us to identify typological groups of the regions of the Russian Federation in terms of tourist attractiveness, oftourist potential and popularity among domestic and foreign tourists, as well as to determine the main trends in its development. The open data of the official website of the National Tourism Rating for the period 2016–2020 as well as scientific developments on the issues under study by Russian researchers are used. The analysis revealed five typological groups of Russian regions in terms of the level of tourist attractiveness: high (12.9%), increased (16.5%), medium (18.8%), insufficient (32.9%) and low (18.8%). In addition, three main trends in the development of regional tourist attractiveness have been identified. The impact of the COVID-19 pandemic on the tourist development of Russian regions is different. The part of the regions of the Russian Federation received benefits and strengthened their positions with varying degrees of growth in the National Tourism Rating (38.8%), a large share reduced their values (47%), the fifth part of the regions retained their positions in the ranking (21.2%). The material is of interest to researchers focusing on the tourist competitiveness and tourist attractiveness of Russia in general and in the regional context, to regional authorities, specialists as well as students of specialized institutions.

Keywords: tourist attraction, region, National tourist rating, typological groups, domestic and inbound tourism

Article history: received September 5, 2021; revised November 11, 2021; accepted December 10, 2021.

Acknowledgements. The paper was prepared within the framework of the budget assignment of the Karelian Scientific Center of the Russian Academy of Sciences.

For citation: Kondrateva, S.V. (2022). National tourist rating of Russian regions: Typological diversity. *RUDN Journal of Economics*, 30(1), 45–56. (In Russ.) <http://dx.doi.org/10.22363/2313-2329-2022-30-1-45-56>

Введение

В настоящее время туризм позиционируется в качестве одного из перспективных и/или приоритетных направлений социально-экономического развития большинства российских регионов. Значимость развития туристско-рекреационной сферы деятельности определяется, с одной стороны, необходимостью поддержания, укрепления и воспроизводства физических и эмоциональных сил человека, с другой – вызываемым мультипликативным эффектом в локальных и региональных экономиках. Наблюдаемое усиление конкуренции за туриста и инвестиции активизирует выработку стимулирующих мер и проведение мероприятий по привлечению туристских и финансовых потоков. Рейтингование российских регионов, позволяющее определить лидеров и аутсайдеров развития внутреннего и международного въездного туризма, представляется действенным инструментом стратегического планирования и управления для органов федерального и регионального уровней власти, одновременно способствуя формированию предпочтений российских граждан о возможностях проведения досуга и отдыха.

Туристическое рейтингование российских регионов: теоретические аспекты

Проблематика туристического рейтингования дестинаций различного уровня, музеев, достопримечательностей природного и культурного генезиса в последние годы становится одним из значимых направлений современных исследований, позволяющих сформировать комплексное представление о положении исследуемых объектов, выступая эффективным инструментом стратегического планирования и управления данной сферой деятельности для органов федерального, регионального и муниципального уровней власти. В научном сообществе накоплен значительный задел по проблематике туристической привлекательности, корпус работ российских и зарубежных ученых постоянно расширяется. Весомую долю занимают наработки, объектом исследования которых является выработка методического инструментария оценки туристско-рекреационного потенциала и его анализ в региональном разрезе. В качестве примеров можно привести следующие авторские методики: например, интегральная многофакторная оценка туристско-рекреационного потенциала на примере Казахстана (Мамраева, Ташенова, 2020) или субъектов Арктической зоны РФ на основе сбалансированной системы показателей, включающей экономические, инфраструктурные и культурно-природные составляющие (Мякшин и др., 2021). Коллективная работа по обоснованию направлений более эффективного использования туристско-рекреационного потенциала в социально-экономическом развитии исторических городов на примере Северо-Запада России (Ходачек, Шамахов, 2017), а также практики оценки туристско-рекреационного потенциала субъектов

РФ в региональном разрезе (Полякова и др., 2016; Гудковских, 2017). Отдельно можно обозначить работы, раскрывающие проблематику доступности регионального туризма, особенно транспортно-логистической и погранично-таможенной компоненты (для приграничных территорий), оказывающей существенное влияние на возможности реализации туристско-рекреационного потенциала территорий (Морошкина, Кондратьева, 2021; Stepanova, 2019), продвижение дестинаций в интернет-пространстве (Sujana, Julian, 2019).

Существенная доля исследований фокусируется на взаимосвязанной проблематике конкурентоспособности туристических дестинаций регионального, национального и локального уровней, раскрывая широкое многообразие применяемых подходов и методов. В качестве значимой работы следует указать исследование С. Бухера (Университет Павла Йозефа Шафарика, Словакия), в котором индексным методом на основе вторичных данных Всемирного экономического форума предпринята попытка оценки индекса конкурентоспособности Российской Федерации на глобальном туристическом рынке за период 2007–2015 гг. (Бухер, 2016). Другим примером может служить авторская методика комплексной оценки конкурентоспособности туристических сфер государств Балтийского региона, разработанная на основе интегрального индекса, учитывающего обширный комплекс составляющих индексов и индикаторов (Саранча, 2020), а также иные наработки (Побирченко, Шутаева, 2019; Омаров и др., 2019; Брель и др., 2020). Кроме того, необходимо обозначить работы, раскрывающие проблематику туристической привлекательности дестинаций с позиции предпочтений туристов и/или местного населения и предлагающие рекомендации по активизации использования туристско-рекреационного потенциала территорий без ущерба окружающей среде (Makkonen, 2016; Lindberg et al., 2019).

Различные туристические порталы ежегодно проводят оценку и анализ динамики туристической привлекательности. В России, например, это рейтинги туристического портала Travel.ru (самые популярные российские города у туристов на основе бронирования гостиниц) или сервиса онлайн-бронирования гостиниц Oktogo.ru и поисковой системы Quintura (самые популярные города РФ для семейного отдыха с детьми).

Разработанный Центром информационных коммуникаций «Рейтинг» совместно с журналом «Отдых в России» Национальный туристический рейтинг позволяет ранжировать российские регионы, выявляя лидеров и аутсайдеров развития внутреннего и международного въездного туризма. Как справедливо отмечает Ж.В. Мекшенева (2016), возможности рейтинга позволяют выделить основные проблемы и оценить динамику развития туристско-рекреационной сферы деятельности с целью регулирования ее функционирования и определения направлений государственной поддержки. Усиление позиций субъектов РФ в общенациональном туристическом рейтинге открывает возможности продвижения региональных туристских продуктов на федеральный уровень (Черномырдина, 2016).

Необходимо заметить, что в последние годы появились работы, анализирующие динамику отдельных российских регионов на основе данного рейтинга за определенный временной период (например, Кемеровской области, 2015–2019 гг. (Брель и др., 2020)) или группы субъектов РФ в краткосрочной

оценке (Карabanова, 2016). Отдельного внимания заслуживают рейтинги туристической привлекательности городов (Афанасьев, 2016) или групп регионов (Лукин, 2016).

Вместе с тем имеющиеся исследования динамики туристической привлекательности отдельных российских регионов достаточно фрагментарны и географически разрозненны, а данные Национального туристического рейтинга за 2015–2020 гг. не позволяют сформировать комплексное представление о типологическом разнообразии туристической привлекательности российских регионов и основных трендах ее развития. Настоящее исследование направлено на заполнение имеющегося пробела в научных работах.

Методика исследования

Целью работы является выделение типологических групп российских регионов и основных тенденций развития их туристической привлекательности с позиции внутреннего и международного въездного туризма. Предложенный в статье подход на основе динамики значений Национального туристического рейтинга за период 2016–2020 гг. и их медиан (нивелирование возможных резких колебаний значений Национального туристического рейтинга в региональном разрезе в отдельные годы) позволил выделить типологические группы субъектов РФ по туристической привлекательности, потенциалу и популярности среди внутренних и иностранных туристов, а также основные тенденции ее развития.

Исследование базируется на открытых данных официального сайта Национального туристического рейтинга за период 2016–2020 гг., рассчитанного журналом «Отдых в России» и Центром информационных коммуникаций «Рейтинг», а также научных работах по исследуемой проблематике российских исследователей. В работе впервые предлагается применение медианных значений Национального туристического рейтинга за определенный период (в нашем случае 2016–2020 гг.). Новизна исследования заключается в том, что впервые рассмотрены все субъекты Российской Федерации в динамике значений Национального туристического рейтинга и их медиан за период 2016–2020 гг. Объектом исследования является туристическая привлекательность российских регионов, предметом – методика оценки туристической привлекательности на основе динамики региональных значений Национального туристического рейтинга за период 2016–2020 гг.

Предложенный подход на основе расчета медианных значений позволяет сопоставить российские регионы, выделить их типологические группы по туристической привлекательности, а также выявить главные направления ее развития с позиции внутреннего и международного въездного туризма.

Результаты исследования

Анализ медианных значений данных Национального туристического рейтинга в региональном разрезе за период 2016–2020 гг. позволил выделить пять типологических групп российских регионов по уровню их привлекательности (рис. 1):

- регионы с *высоким* уровнем туристической привлекательности (медиана 1–10);

- регионы с *повышенным* уровнем туристической привлекательности (11–25);
- регионы со *средним* уровнем туристической привлекательности (26–40);
- регионы с *недостаточным* уровнем туристической привлекательности (41–69);
- регионы с *низким* уровнем туристической привлекательности (70–85);

Согласно данным Национального туристического рейтинга, критериями оценки развития туристической сферы деятельности российских регионов являются девять основных групп показателей, позволяющих комплексно оценить туристическую привлекательность и потенциал территорий (*Национальный рейтинг*): уровень развития гостиничного бизнеса и инфраструктуры; значимость туристической отрасли в экономике региона; доходность отрасли туризма и гостеприимства региона; популярность региона у туристов, приезжающих на несколько дней; популярность региона у иностранцев; туристическую уникальность; уровень преступности; интерес к региону в интернете как к месту отдыха; продвижение туристического потенциала региона в информационном пространстве. Следует указать, что хотя методология расчета рейтинга претерпевает некоторые изменения, однако это не имеет решающего значения при сопоставлении данных разных лет.

Распределение российских регионов по медиане туристической привлекательности за период 2016–2020 г. (см. рис. 1) выявляет достаточно широкое типологическое разнообразие. Согласно расчетам, более половины субъектов РФ относятся к типологическим группам с недостаточным (32,9 %) и низким (18,8 %) уровнем туристической привлекательности и лишь треть (29,4 %) входит в группы с высоким и повышенным уровнем.

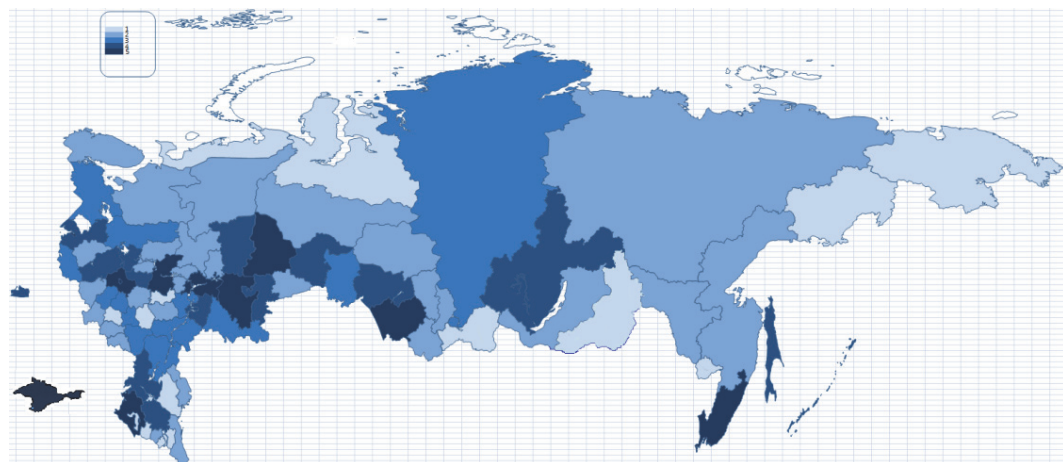


Рис. 1. Типологические группы российских регионов на основе медианы Национального туристического рейтинга за период 2016–2020 гг. Цифрами на карте обозначен уровень туристической привлекательности: 1 – высокий; 2 – повышенный; 3 – средний; 4 – недостаточный; 5 – низкий

Figure 1. Typological groups of Russian regions based on the median of the National Tourism Rating for the period 2016–2020. The numbers on the map indicate the level of tourist attractiveness: 1 – high; 2 – increased; 3 – medium; 4 – insufficient; 5 – low

Источник: рассчитано и составлено автором по данным Национального рейтинга.
Source: calculated and compiled by the author.

На основе анализа динамики значений Национального туристического рейтинга в региональном разрезе за период 2016–2020 гг. выявлено несколько основных тенденций изменения туристической привлекательности российских регионов:

1) более трети российских регионов (36,5 %) демонстрируют усиление позиций в рейтинге по туристической привлекательности (от слабого до значительного роста);

2) практически каждый пятый субъект РФ (17,6 %) показывает потерю позиций, что может быть связано с появлением более сильных регионов-конкурентов, а также с упущением возможностей развития туристско-рекреационного комплекса;

3) достаточно обширную группу составляют регионы (45,9 %), характеризующиеся разнонаправленностью вектора развития, материализующегося в различных комбинациях роста и спада значений за исследуемый период.

Сопоставление значений Национального туристического рейтинга в 2020 г. с данными 2019 г. позволяет оценить влияние пандемии COVID-19 на туристическую привлекательность российских регионов. Однозначно охарактеризовать данное воздействие как отрицательное в исследуемом аспекте не представляется возможным в силу разнонаправленности вектора значений рейтинга субъектов РФ. Весомая часть российских регионов (47 %) ощутили негативное воздействие, усугубившее для ряда регионов наметившийся спад туристической привлекательности в предыдущий период 2016–2019 гг. (например, Магаданская, Мурманская, Калужская и Калининградская области, Республика Ингушетия и Забайкальский край). Кроме того, более половины российских регионов (54,8 %), характеризующихся устойчивым трендом роста туристической привлекательности за предыдущий период 2016–2019 гг., понизили свои позиции в 2020 г. Для меньшей части региональных туристско-рекреационных комплексов (38,8 %) 2020 г. материализовался в усилении позиций в Национальном туристическом рейтинге. Почти половина субъектов РФ (45,2 %), отличающихся устойчивым трендом роста привлекательности за период 2016–2019 гг., в 2020 г. укрепила и усилила свои позиции. При этом три субъекта РФ показали рост туристической привлекательности в 2020 г. на фоне негативного тренда в предыдущий период: Владимирская, Смоленская области и Ненецкий автономный округ.

Обсуждение результатов

Высокие позиции рейтинга столичных городов Москвы и Санкт-Петербурга обуславливаются в первую очередь столичным статусом регионов как центров культурно-познавательного, делового и событийного туризма. Города федерального значения не раз становились победителями в различных номинациях самой престижной премии мира в сфере туризма – World Travel Awards (например, Санкт-Петербург – победитель шесть лет подряд (2015–2020 гг.), Москва в номинации «Лучшее туристическое направление. Город» – в 2019, 2020 гг.) (*World Travel*). Так, в Москве функционирует проектный офис «Развитие туризма и гостеприимства Москвы», включая круглосуточную информационную поддержку туристов на русском и английском языках (*Проектный офис*). Санкт-Петербург один из немногих российских

регионов, позиционирующий себя через собственные туристические офисы за рубежом Visit Petersburg более чем в 10 странах мира (*Visit. Petersburg*).

Рост туристической привлекательности ряда российских регионов в отдельные годы может обуславливаться действием стимулирующих мер и проведением мероприятий по активизации туристско-рекреационной сферы деятельности, улучшению инфраструктурной компоненты туристского и регионального бизнеса в целом, продвижению регионального турпродукта на российском и международном рынках туристических услуг. В частности, проведение Чемпионата мира по футболу в 2018 г. в ряде российских городов, открытие Крымского моста в 2018 г. и позднее железнодорожного сообщения усилили поток туристов в данные регионы. Тульская область, например, является одним из самых активных российских регионов по продвижению своих туристических возможностей в Центральном регионе, основной целевой аудиторией региона являются жители Москвы и Московской области. С 2018 г. Республика Чечня открывает туристические информационные центры Visit Chechnya за рубежом (функционируют в Париже, Стамбуле, планируются в Германии). Другим примером является реализация крупных инвестиционных проектов туристической направленности (например, особая экономическая зона «Бирюзовая Кватунь», туркластеры Белокуриха Горная» и игровая зона «Сибирская монета» в Алтайском крае).

Под влиянием пандемии COVID-19 туризм вошел в перечень наиболее пострадавших от пандемии коронавирусной инфекции сфер деятельности (*Национальный рейтинг, 2020*), когда оборот данной сферы экономической деятельности сократился на 60 % (спад международного туризма на 80–85 %, внутреннего – на 40 %). Наблюдаемое для ряда российских регионов (шести) в 2020 г. снижение уровня туристической привлекательности из-за пандемии лишь усилило наметившийся спад, поэтому без проведения специальных мероприятий и стимулирующих мер развития туристского бизнеса в ближайшее время будет продолжаться наметившаяся тенденция снижения рейтинга указанных ранее регионов. Наоборот, 2020 г. для 16,5 % субъектов РФ, при наблюдаемом положительном тренде, стал дополнительным трамплином роста их туристической привлекательности, в ближайшие годы можно ожидать усиление их позиций в рейтинге и, возможно, переход ряда регионов в типологическую группу более высокого уровня привлекательности (например, Республики Чечня, Дагестан, Чувашия и Удмуртия; Кемеровская и Липецкая области).

Несмотря на негативное воздействие пандемии COVID-19, имеются определенные перспективы развития туристско-рекреационной сферы деятельности. В первую очередь они связаны с запуском нового национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» (2021–2023 гг.) с планируемым бюджетом порядка 629 млрд руб. Кроме того, в сентябре 2020 г. была принята Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2035 г., изменено подчинение Ростуризма из-под Министерства экономического развития РФ напрямую вице-премьеру Д. Черненко (*Национальный рейтинг, 2020*). Значение в стимулировании внутреннего туризма в период распространения коронавирусной инфекции имеет государственная программа туристического кешбэка, направленная на возмещение части стоимости расходов за счет

субсидий федерального бюджета на отдых в России (Условия Программы; Шпилько, Степуренко, 2020).

В качестве факторов недостаточного использования туристско-рекреационного потенциала российских регионов можно обозначить уровень развития туристской и региональной инфраструктур, транспортную доступность, качество обслуживания, недостаточное продвижение дестинаций на международном и национальном рынках туристских услуг и др.

Заключение

Предложенный подход на основе расчета медианных значений Национального туристического рейтинга за период 2016–2020 гг. позволяет сформировать комплексное представление о распределении (типологических группах) российских регионов по уровню привлекательности для развития внутреннего и международного въездного туризма, исследование динамики значений рейтинга – об основных тенденциях ее развития.

Так, выделено пять типологических групп российских регионов по уровню туристической привлекательности: высокая (12,9 %), повышенная (16,5 %), средняя (18,8 %), недостаточная (32,9 %) и низкая (18,8 %). Определены три основные тенденции ее развития среди субъектов РФ: повышение туристической привлекательности (36,5 %), снижение (17,6 %) и разнонаправленность вектора развития (45,9 %).

Воздействие пандемии COVID-19 на туристическое развитие российских регионов проявилось разнонаправленно: часть субъектов РФ получили выгоды и усилили свои позиции с различной степенью роста в Национальном туристическом рейтинге (38,8 %), большая доля – пострадала, снизив значения (47 %), пятая часть субъектов РФ сохранила свои позиции в рейтинге (21,2 %).

Следует подчеркнуть, что распределение российских регионов по туристической привлекательности и понимание основных тенденций ее развития представляется одним из значимых инструментов стратегического планирования и управления для органов федерального и регионального уровней власти при принятии управленческих решений, выработке стимулирующих мер и организации специальных мероприятий для поддержки туристско-рекреационной сферы деятельности. Материал представляет интерес для исследователей, фокусирующихся на проблематике конкурентоспособности и туристической привлекательности России в целом и в региональном разрезе, представителей органов региональной власти, специалистов, преподавателей и студентов профильных учреждений.

Список литературы

- Брель О.А., Зайцева А.И., Кайзер Ф.Ю.* Кемеровская область в Национальном туристическом рейтинге: сравнительный анализ // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Естественные науки. 2020. № 3 (207). С. 37–43. <http://dx.doi.org/10.18522/1026-2237-2020-3-37-43>
- Бухер С.* Конкурентоспособность России на глобальном туристическом рынке // Экономика региона. 2016. Т. 12. Вып. 1. С. 240–250. <http://dx.doi.org/10.17059/2016-1-18>

- Гудковских М.В.* Методика комплексной оценки туристско-рекреационного потенциала // Географический вестник. 2017. № 1 (40). С. 102–116.
- Карабанова И.В.* Анализ позиции субъектов юга России в Национальном туристическом рейтинге // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. 2016. № 1. С. 35–38.
- Лукин Ю.Ф.* Арктический туризм: рейтинг регионов, возможности и угрозы // Арктика и Север. 2016. № 23. С. 96–123. <http://dx.doi.org/10.17238/issn2221-2698.2016.23.96>
- Мамраева Д.Г., Ташенова Л.В.* Методический инструментарий оценки туристско-рекреационного потенциала региона // Экономика региона. 2020. Т. 16. Вып. 1. С. 127–140. <http://dx.doi.org/10.17059/2020-1-10>
- Мекшенева Ж.В.* Системы рейтингов в туристской деятельности как стратегия продвижения дестинаций // Успехи современной науки. 2016. Т. 2. № 4. С. 100–102.
- Морошкина М.В., Кондратьева С.В.* Региональная доступность как фактор развития туристского направления // Регионология. 2021. Т. 29. № 1. С. 60–81. <http://dx.doi.org/10.15507/2413-1407.114.029.202101.060-081>
- Мякишин В.Н., Шапаров А.Е., Тиханова Д.В.* Совершенствование оценки туристского потенциала субъектов Арктической зоны РФ // Экономика региона. 2021. Т. 17. Вып. 1. С. 235–248. <http://dx.doi.org/10.17059/ekon.reg.2021-1-18>
- Национальный рейтинг.* URL: <http://russia-rating.ru/info/category/%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%86%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%8B> (дата обращения: 17.08.2021).
- Омаров М.М., Омарова Н.Ю., Минин Д.Л.* Исследование максимального туристского потенциала Новгородской области по видам туризма на основе бенчмаркинга ведущих российских и зарубежных туристских городов // Научные труды Вольного экономического общества России. 2019. Т. 218, № 4. С. 519–527.
- Официальный сайт Программы «Туристический кешбэк»:* условия Программы. URL: <https://xn--b1afakdgpzinidi6e.xn--p1ai/> (дата обращения: 17.08.2021).
- Побирченко В.В., Шутаева Е.А.* Конкурентоспособность России на мировом рынке туристских услуг // Сервис в России и за рубежом. 2019. Т. 13, № 3 (85). С. 64–76. <http://dx.doi.org/10.24411/1995-042X-2019-10306>
- Полякова И.Е., Иванова Р.М., Скроботова О.В.* Методика оценки туристского потенциала региона. На примере Липецкой области // Успехи современной науки. 2016. № 8. С. 41–44.
- Проектный офис «Развитие туризма и гостеприимства Москвы».* URL: <http://welcome.moscow/> (дата обращения: 17.08.2021).
- Саранча М.А.* Оценка конкурентоспособности туристских сфер государств Балтийского региона // Балтийский регион. 2020. Т. 12, № 3. С. 147–165. <http://dx.doi.org/10.5922/2079-8555-2020-3-9>
- Ходачек В.М., Шамахов В.А.* Туристско-рекреационный потенциал исторических городов Северо-Запада России // Балтийский регион. 2017. Т. 9, № 4. С. 152–169. <http://dx.doi.org/10.5922/2074-9848-2017-4-8>
- Черномырдина С.О.* Значение рейтинга туристской привлекательности регионов в индустрии туризма // Science Time. 2016. № 12 (36). С. 738–743.
- Шпилько С.П., Степуренко О.А.* Субсидии в виде кешбэка как форма поддержки спроса в сфере внутреннего туризма // Вестник РМАТ. 2020. № 4. С. 24–30.
- Lindberg K., Veisten K., Harkjerr Halse A.* Analyzing the deeper motivations for nature-based tourism facility demand: a hybrid choice model of preferences for a reindeer visitor center, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2019. No. 19:2. P. 157–174. <http://dx.doi.org/10.1080/15022250.2018.1482565>
- Makkonen T.* Cross-border shopping and tourism destination marketing: the case of Southern Jutland, Denmark // *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2016. 16:sup1, P. 36–50. <http://dx.doi.org/10.1080/15022250.2016.1244506>
- Stepanova S.V.* Czynniki rozwoju turystyki przygranicznej na rosyjsko-fińskim pograniczu // *Przegląd Geograficzny*. 2019. Vol. 91, no. 4. P. 573–587. <http://dx.doi.org/10.7163/PrzG.2019.4.7>

- Sujana A.P., Julian M.W. Application of Web-based Travel Attractions as a Marketing Strategy // IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. <http://dx.doi.org/10.1088/1757-899X/662/2/022001>) 2019
- Visit Petersburg – Официальный туристский портал. URL: <http://www.visit-petersburg.ru/ru/> (дата обращения: 17.08.2021).
- World Travel Awards. URL: <https://www.worldtravelawards.com/> (accessed: 17.08.2021).

References

- Brel', O.A., Zajceva, A.I., & Kajzer, F.Yu. (2020). Kemerovo Region in the National Tourism Rating: Comparative Analysis. *Bulletin of higher education institutes. North Caucasus Region Natural Sciences*, (3), 37–43. (In Russ.) <http://dx.doi.org/10.18522/1026-2237-2020-3-37-43>
- Buher, S. (2016). Competitiveness of Russia in the global travel market. *Economy of regions*, 12(1), 240–250. (In Russ.) <http://dx.doi.org/10.17059/2016-1-18>
- Chernomyrdina, S.O. (2016). The value of the rating of tourist attractiveness of regions in the tourism industry. *Science Time*, (12), 738–743. (In Russ.)
- Gudkovskih, M.V. (2017). Methodology for a comprehensive assessment of tourist and recreational potential. *Journal Geograficheskij vestnik*, 1(40), 102–116. (In Russ.)
- Hodachek, V.M., & Shamahov, V.A. (2017). Tourist and recreational potential of the historical cities of the North-West of Russia. *Baltijskij region*, 9(4), 152–169. (In Russ.) <http://dx.doi.org/10.5922/2074-9848-2017-4-8>
- Karabanova, I.V. (2016). Analysis of the position of the constituent entities of the South of Russia in the National Tourism Rating. *Resort and recreational complex in the system of regional development: Innovative approaches*, (1), 35–38. (In Russ.)
- Lindberg, K., Veisten, K., & Harkjerr, Halse A. (2019). Analyzing the deeper motivations for nature-based tourism facility demand: a hybrid choice model of preferences for a reindeer visitor center. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 19(2), 157–174. <http://dx.doi.org/10.1080/15022250.2018.1482565>
- Lukin, Yu.F. (2016). Arctic tourism: rating of regions, opportunities and threats. *Arctic and North*, (23), 96–123. (In Russ.) <http://dx.doi.org/10.17238/issn2221-2698.2016.23.96>
- Makkonen, T. (2016). Cross-border shopping and tourism destination marketing: the case of Southern Jutland, Denmark. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 36–50. <http://dx.doi.org/10.1080/15022250.2016.1244506>
- Mamraeva, D.G., & Tashenova, L.V. (2020). Methodological tools for assessing the tourist and recreational potential of the region. *Economy of regions*, 16(1), 127–140. (In Russ.) <http://dx.doi.org/10.17059/2020-1-10>
- Meksheneva, Zh.V. (2016). Rating systems in tourism activities as a strategy for promoting destinations. *Modern Science Journal*, 2(4), 100–102. (In Russ.)
- Moroshkina, M.V., & Kondrat'eva, S.V. (2021). Regional accessibility as a factor in the development of a tourist destination. *Regionology*, 29(1), 60–81. (In Russ.) <http://dx.doi.org/10.15507/2413-1407.114.029.202101.060-081>
- Myakshin, V.N., Shaparov, A.E., & Tihanova, D.V. (2021). Improving the assessment of the tourist potential of the subjects of the Arctic zone of the Russian Federation. *Economy of regions*, 17(1), 235–248. (In Russ.) <http://dx.doi.org/10.17059/ekon.reg.2021-1-18>
- National rating. Official site. Retrieved August 12, 2021, from <http://russia-rating.ru/info/category/%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%86%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%8B>
- Omarov, M.M., Omarova, N.Yu., & Minin, D.L. (2019). Study of the maximum tourist potential of the Novgorod region by type of tourism based on benchmarking of leading Russian and foreign tourist cities. *Scientific Works of the Free Economic Society of Russia*, 218(4), 519–527. (In Russ.)
- Pobirchenko, V.V., & Shutaeva, E.A. (2019). Competitiveness of Russia in the world market of tourist services. *Services in Russia and abroad*, 13(3), 64–76. (In Russ.) <http://dx.doi.org/10.24411/1995-042X-2019-10306>

- Polyakova, I.E., Ivanova, R.M., & Skrobotova, O.V. (2016). Methodology for assessing the tourism potential of the region. On the example of the Lipetsk region. *Modern Science Journal*, (8), 41–44. (In Russ.)
- Program Terms. Official website of the State Tourist Cashback Program.* Retrieved August 17, 2021, from <https://xn--b1afakdgpzinidi6e.xn--plai/>
- Saranča, M. A. (2020). Assessment of the competitiveness of the tourism sectors of the Baltic region states. *Baltijskij region*, 12(3), 147–165. (In Russ.) <http://dx.doi.org/10.5922/2079-8555-2020-3-9>
- Shpil'ko, S.P., & Stepurenko, O.A. (2020). Cashback subsidies as a form of demand support in the field of domestic tourism. *Vestnik RIAT*, (4), 24–30. (In Russ.)
- Stepanova, S.V. (2019). Factors underpinning the development of tourism in Russian-Finnish borderland areas. *Przegląd Geograficzny*, 91(4), 573–587. <http://dx.doi.org/10.7163/PrzG.2019.4.7>
- Sujana, A.P., & Julian, M.W. (2019). Application of Web-based Travel Attractions as a Marketing Strategy. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*. <http://dx.doi.org/10.1088/1757-899X/662/2/022001>

Сведения об авторе / Bio note

Кондратьева Светлана Викторовна, кандидат экономических наук, научный сотрудник отдела региональной экономической политики Института экономики Карельского научного центра Российской Академии наук. ORCID: 0000-0001-8832-9182. E-mail: svkorka@mail.ru

Svetlana V. Kondrateva, Candidate of Economic Sciences, Research Fellow of The Institute of Economics of The Karelian Research Center of the Russian Academy of Sciences, Russia. ORCID: 0000-0001-8832-9182. E-mail: svkorka@mail.ru