

ОБОРИН Матвей Сергеевич

*Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Пермский институт (филиал);
Пермский государственный национальный исследовательский университет;
Пермский государственный аграрно-технологический университет имени акад. Д.Н. Прянишникова
(Пермь, РФ); Сочинский государственный университет (Сочи, РФ);
доктор экономических наук, профессор; recreachin@rambler.ru*

САРЯН Акоп Айгазович

*Всероссийский научно-исследовательский институт цветоводства
и субтропических культур (Сочи, РФ);
кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник; akopsar@rambler.ru*

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКИХ ПОТОКОВ И ОСОБЕННОСТИ ИХ СЕГМЕНТАЦИИ

Статья посвящена анализу факторов влияния и особенностей формирования туристских потоков в России. Поскольку туристско-рекреационная сфера является динамично растущим сегментом экономики, стимулирование ее развития оказывает положительное воздействие на социально-экономическое развитие субъектов, способствует сглаживанию территориальных диспропорций и перераспределению доходов. Предметом исследования является туристский поток, его физические характеристики. Цель – выявление особенностей сегментации туристского потока как направления совершенствования предложения услуг на региональном уровне. Гипотеза исследования заключается в предположении о том, что сформированный в результате маркетинговых исследований профиль потребителя будет оказывать влияние на структуру и качество туристских услуг в субъектах страны. Результаты работы заключаются в исследовании статистических показателей туристского потока в России и определении основных структурных элементов профиля потребителя услуг, который будет оказывать влияние на формирование регионального предложения. Основные направления будущих исследования связаны с разработкой теоретико-методических основ оценки маркетинговых стратегий на рост туристского потока в регионах страны с туристско-рекреационной специализацией.

Ключевые слова: туризм, туристские потоки, сегментация, модернизация, дифференциация, сегментирование, профиль потребителя

Для цитирования: Оборин М.С., Сарян А.А. Развитие туристских потоков и особенности их сегментации // Сервис в России и за рубежом. 2020. Т.14. №1. С. 13-22. DOI: 10.24411/1995-042X-2020-10102.

Дата поступления в редакцию: 1 февраля 2020 г.

Дата утверждения в печать: 4 апреля 2020 г.

Matvey S. OBORIN

*Plekhanov Russian University of Economics, Perm Institute (branch); Perm State National Research University; Perm State Agro-Technological University named after Academician D.N. Pryanishnikov (Perm, Russia); Sochi State University (Sochi, Russia); PhD (Dr.Sc.) in Economics, Professor; e-mail: recreachin@rambler.ru
ORCID iD: 0000-0002-4281-8615*

Akop A. SARIAN

All-Russian Research Institute of Floriculture and Subtropical Crops (Sochi, Russia); PhD in Economics, Leading Researcher; e-mail: akopsar@rambler.ru

THE DEVELOPMENT OF TOURIST FLOWS AND FEATURES OF THEIR SEGMENTATION

Abstract. *The article is focused on the study the influence factors and features of formation of tourist flows in Russia. Since the tourism and recreation sector is a dynamically growing segment of the economy, stimulating its development has a positive impact on the socio-economic development of the subjects, contributes to the smoothing of territorial disparities and redistribution of income. The subject of the study is the tourist flow, its physical characteristics. The aim is to identify the features of segmentation of tourist flow as a direction of improving the supply of services at the regional level. The assumption that the consumer profile as a result of marketing research will influence the structure and quality of tourist services in the subjects of the country is the hypothesis of the study. The results of the work consist in the studying the statistical indicators of the tourist flow in Russia and the determining the main structural elements of the service consumer profile, which will influence the formation of the regional offer. The main directions of this research relate to developing the theoretical and methodological foundations for assessing marketing strategies for the tourist flow growth in the regions of the country with tourist and recreational specialization.*

Keywords: *tourism, tourist flows, segmentation, modernization, differentiation, segmentation, consumer profile*

Citation: Oborin, M. S., & Saryan, A. A. (2020). The development of tourist flows and features of their segmentation. *Servis v Rossii i za rubezhom [Services in Russia and Abroad]*, 14(1), 13-22. doi: 10.24411/1995-042X-2020-10102. (In Russ.).

Article History

Received 1 February 2020
Accepted 4 April 2020

Disclosure statement

No potential conflict of interest was reported by the author(s).



© 2020 the Author(s)

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY-SA 4.0).

To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Современная государственная политика в сфере туризма направлена на увеличение внутреннего туристского потока на основе его пространственного развития в субъектах РФ, путем вовлечения в индустрию туризма новых рекреационных ресурсов; создания туристско-рекреационных комплексов, их инфраструктуры и информационно-коммуникационных центров на региональном и муниципальном уровнях; улучшения инвестиционного и предпринимательского климата. В настоящее время реализация задач по развитию туризма имеет для государства народнохозяйственное значение.

Масштабы туристских потоков в регионах и стране в целом определяются уровнем туристской активности, определяемой состоянием спроса и предложения туристских продуктов, а также политикой государства в этой сфере [10]. В каждом субъекте РФ структура туристского потока зависит от объема и видов рекреационных ресурсов и конкурентоспособности регионального туристского продукта.

В современных условиях российское государство стремится проводить политику, направленную на существенный рост въездных, межрегиональных и внутренних региональных потоков туристов. Эта политика осуществляется по следующим основным направлениям [1, 3, 5, 6]:

- пространственное развитие туризма в субъектах РФ путем создания в регионах новых и модернизации действующих туристско-рекреационных комплексов (ТРК), включающих, в том числе, специализированные туристские центры разного профиля по оказанию перспективных в социальном и экономическом плане туристских услуг;

- модернизация действующей и создания новой инфраструктуры, обеспечивающей рост внутренних и въездных туристских потоков и увеличение экономического вклада туризма в производство валового регионального продукта;

- повышение эффективности системы продвижения российского туристского про-

дукта на внутреннем туристском рынке и за рубежом;

- совершенствование системы стратегического и среднесрочного планирования целей и задач развития туризма, увязанных с его ресурсным обеспечением и реальной динамикой экономического развития страны,

- развитие внутриотраслевой и межотраслевых информационных коммуникаций и технологий, которые дают возможность расширить информационное пространство системы регулирования туризмом, повысить степень информированности органов управления и обоснованности принимаемых ими решений по развитию индустрии туризма.

В России туризм по сравнению с другими отраслями экономики развивается более быстрыми темпами. В 2018 г. внутренний туристский поток в сравнении с 2015 г. возрос более чем на 30,0%¹. В ходе реализации целевых программ развития туризма в субъектах РФ достигнуты определенные положительные результаты [2, 8, 9]:

- расширяется сеть туристско-экскурсионных маршрутов;

- увеличивается количество объектов туристского показа;

- улучшается инфраструктура индустрии туризма;

- создаются региональные и муниципальные информационные центры;

- повышается уровень сервиса и межрегиональной и региональной транспортной доступности туристов и т.д.

Все это позитивно сказывается на динамике внутреннего туристского потока. Данные табл. 1 подтверждают положительную тенденцию в этой области.

Данные табл. 1 показывают, что в целом внутренний туристский поток в России за

¹ ТурСтат. Лучшие Туристические Регионы России 2018. URL: turstat.com/toprussiatravel2018 (Дата обращения: 31.07.2019); Внутренний туризм в России растет четвертый год подряд. URL: vedomosti.ru/business/articles/2016/06/16/645539-vnutrennii-turizm (Дата обращения: 31.07.2019).

наблюдаемый период устойчиво увеличивался. Вместе с тем, заметно, что за последние два года темпы его прироста замедлились, что является следствием отсутствия роста за последние годы реальных доходов населения. Тем не менее, ежегодный средний темп прироста туристского потока за 2015-2018 годы составил 8,6%. Это в несколько раз выше, чем в других отраслях экономики России.

Таблица 1 – Динамика внутреннего туристского потока России в 2015–2018 гг.²

Table 1 – The dynamics of the domestic tourist flow in Russia in 2015–2018

Показатели Годы	Размер внутреннего турпотока в РФ (млн. прибытий)	Темпы прироста турпотока	
		базисные, % (2014 г. = 100%)	цепные, %
2014	42,0	–	–
2015	50,0	19,0	19,0
2016	55,0	31,0	10,0
2017	56,5	34,5	2,7
2018	60,0	42,8	6,2

Относительно высокий темп прироста туристского потока России был достигнут несмотря на то, что сфера туризма испытывала на себе действие ряда неблагоприятных факторов, к которым следует отнести [4, 7]:

- относительную нестабильность курса национальной валюты к ведущим мировым валютам;
- банкротство и приостановка деятельности ряда туроператоров и авиакомпаний,
- санкции и ограничения экономического и политического характера;
- отсутствие роста располагаемых доходов и возможность осуществлять сбережения

² ТурСтат. Лучшие туристические регионы России 2018. URL: turstat.com/toprussiatravel2018 (Дата обращения: 31.07.2019); Самые туристические регионы России 2017 года. URL: turstat.com/travelrussia2017 (Дата обращения: 31.07.2019); Внутренний туризм в России растет четвертый год подряд. URL: vedomosti.ru/business/articles/2016/06/16/645539-vnutrennii-turizm (Дата обращения: 11.07.2019); Итоги внутреннего и выездного туризма в 2016 году. URL: turstat.com/travelrussia2016 (Дата обращения: 31.07.2019).

у более 50,0% населения³.

В основном высокий среднегодовой темп прироста потока туристов был достигнут за счет увеличения числа повторных поездок граждан с туристскими целями.

В настоящее время во внутреннем туризме сформировалось два главных направления пространственного развития туристского потока: региональный и городской. Сложились три группы регионов с различным уровнем развития туризма: регионы с туристскими потоками, превышающими 1 млн. туристов, они составляют около трети от общего количества субъектов РФ, включая города-мегаполисы федерального значения. Одним из лидеров этой группы является Краснодарский край с более 16 млн. туристов в 2018 г. Большая часть субъектов РФ характеризуется туристскими потоками до 1 млн. туристов. Третью группу образуют регионы, в которых туризм практически не играет никакой роли в региональных экономических системах и туристские потоки отсутствуют. По темпам наращивания размера потока туристов субъекты РФ также делятся на три группы: с высокими темпами прироста на уровне от 20% и выше, со средними темпами – от 5 до 15% и с нулевым или отрицательным приростом.

Учитывая существенную дифференциацию размеров региональных туристских потоков, осуществим их интервальную группировку по этому показателю на примере 70 субъектов РФ. Она представлена в табл. 2.

Группировка по размеру внутреннего туристского потока субъектов РФ показывает, что подавляющее большинство, а именно 95,7% от их общего количества формируют туристские потоки в двух нижних интервалах группировки с размером до 4 млн. прибытий туристов. У 28 субъектов (40%) поток туристов не превышает 500 тыс. прибытий. В этом интервале большинство субъектов РФ характе-

³ В России 60% населения не откладывает сбережения. URL: 9111.ru/questions/77777777310297/ (Дата обращения: 14.06.2019).

ризуются туристскими потоками, равными от 100 до 400 тысяч прибытий туристов.

Таблица 2 – Группировка туристского потока субъектов РФ в зависимости от их размера⁴

Table 2 – Grouping the tourist flow of the constituent entities of the Russian Federation depending on their size

Год, показатели Интервал (тыс. прибытий)	2017	
	кол-во субъектов	в % к итогу
до 2 000	54	77,1
от 2 001 до 4 000	13	18,6
от 4 001 до 6 000	1	1,4
от 6 001 до 8 000	–	0,0
от 8 001 до 10 000	–	0,0
от 10 001 до 13 000	–	0,0
свыше 13 001	2	2,9
Итого	70	100

По результатам анализа внутренних туристских потоков можно сделать вывод о крайней дифференциации их размера по субъектам РФ. Наиболее масштабные потоки туристов сконцентрированы в мегаполисах и территориях вокруг них, в крупных областных центрах и в регионах с туристской специализацией. Эти туристские потоки составляют более 5 млн. прибытий.

Среди 85 субъектов РФ следует выделить 26 субъектов с относительно развитой туристской инфраструктурой, туристские потоки которых колеблются от 1 млн. до 4 млн. прибытий.

Некоторые из субъектов РФ являются аутсайдерами, их туристские потоки незначительны и составляют менее 100 тыс. прибытий. У около трети субъектов РФ туристские потоки практически отсутствуют. В этих субъектах туризм не вносит заметного вклада в производство валового регионального продукта.

В еще большем количестве регионов потенциал туризма в региональном экономическом развитии используется недостаточно. В этой связи государственная политика в этой

сфере направлено на создание условий, которые бы активизировали туристскую деятельность в субъектах РФ и муниципальных образованиях. Реализация этой задачи требует определения точек роста туристской деятельности. Одним из способов их нахождения является сегментация региональных туристских потоков, определение и формирование их сегментов в субъектах РФ, в которых отсутствуют туристские потоки.

Существенная дифференциация туристских потоков субъектов РФ по их размеру свидетельствует о наличии существенных внутренних резервов их роста в отдельных субъектах РФ. Путем сегментации выявляются отдельные группы туристов, которые характеризуются близкими, по сути, требованиями к потребительским свойствам туристского продукта. Таким образом, под сегментацией туристского потока в данной статье понимается его деление на отдельные сегменты в соответствии с особенностями и спецификой потребительского спроса на региональный туристский продукт⁵.

Этот метод анализа туристского потока дает возможность выявить: сегменты, которые можно нарастить и интенсифицировать без нанесения ущерба рекреационным и иным ресурсам региона и сегменты, которые вызывают отрицательные внешние эффекты; определить мероприятия по ограничению туристского спроса потенциальных туристов, формирующих эти сегменты, то есть разработать и реализовать программу антимаркетинга.

В отношении субъектов РФ с незначительными туристскими потоками сегментация позволяет: сформировать их оптимальную структуру по сегментам, соответствующую рекреационным ресурсам этих субъектов; программировать формирование отдельных сегментов регионального туристского потока; развивать инфраструктуру туризма, обеспечи-

⁴ Самые Туристические Регионы России 2017 года. URL: turstat.com/travelrussia2017 (Дата обращения: 13.06.2019).

⁵ Сегментация въездных туристских потоков России. URL: sport.bobrodobro.ru/22944 (Дата обращения: 20.05.2019).

вающую удовлетворение спроса на региональный туристский продукт.

Сегментирование туристского потока представляет собой более углубленный анализ состояния туризма. Его сегменты конкретизируют туристский спрос отдельных социально-экономических групп населения, отражают особенности их требований к потребительским свойствам регионально туристского продукта.

С другой стороны, каждый из сегментов туристского потока формируется под воздействием агрегированного спроса туристов данного сегмента. Его составляющими являются:

- спрос на туристские услуги, которые образуют собственно туристский пакет (размещение, питание, медицинские услуги, экскурсии и другое);

- спрос на услуги, которые оказываются предприятиями, не входящими непосредственно в туристическую отрасль. Это услуги связи, безопасности, торговли, фотоуслуги, информационные, банковские, страховые и муниципальные услуги.

Знание и использование регулятором данных о структуре туристского спроса по каждому сегменту потока туристов позволяет выявить новые области создания благоприятных условий активизации туристского бизнеса, улучшения инвестиционного климата; дает возможность определить перспективные области и направления развития туризма в субъектах РФ с различными социально-экономическими условиями и ресурсным обеспечением туристской деятельности.

Сегментирование туристского потока требует последовательного комплексного планирования действий на всех этапах процесса маркетингового исследования. Процедуры, сопровождающие каждый этап, должны быть методически обоснованы и заранее спланированы. В маркетинговых исследованиях используется научный метод познания, предусматривающий сбор и анализ данных для проверки предварительно выдвинутых

идей или гипотез⁶.

Маркетинговое исследование, проводимое с целью сегментирования регионального туристского потока, представляет собой комплекс действий, состоящий из шести последовательных этапов, которые представлены в табл. 3.

Таблица 3 – Этапы маркетингового исследования по сегментированию регионального туристского потока

Table 3 – Stage marketing research in the segmentation of tourist flow

№ п/п	Этапы маркетингового исследования с целью сегментирования регионального туристского потока
1	Определение проблемы по сегментированию регионального туристского потока
2	Определение цели и критерия сегментации регионального туристского потока
3	Определение содержания этапов маркетингового исследования, проводимого с целью сегментации туристского потока
4	Проведение маркетингового исследования с целью сегментации регионального туристского потока
5	Обобщение и анализ результатов сегментирования регионального туристского потока
6	Подготовка и составление отчета по итогам сегментирования регионального туристского потока
7	Использование результатов сегментирования регионального туристского потока в планировании развитием туризма в субъекте РФ

Основой планирования туристского потока и сегментов потенциальных потребителей является оценка экономического потенциала сферы туризма, который можно определить как возможность максимизации финансово-экономических результатов бизнес-среды на основе оптимального использования совокупности трудовых, материальных, технических, финансовых и других ресурсов сектора обращения.

⁶ Организация и содержание маркетинговых исследований. URL: helpiks.org/8-27440.html (Дата обращения: 20.05.2019).

Структурная модель оценки экономического потенциала развития туризма представлена на рис. 1.

Экономический потенциал сферы туризма подвержен изменению, зависит от типа регионального развития, функционирования эффективных социально-экономических и рыночных механизмов. Ускорение развития данной сферы определяется инновационными изменениями, внедрением достижений

научно-технического прогресса, действия властных структур по созданию институциональных, организационных, экономических, инвестиционных и социальных условий.

Туризм, как динамично развивающаяся сфера услуг, активно внедряет инновационные технологии и платежные сервисы, которые существенно влияют на экономический потенциал (рис. 2).

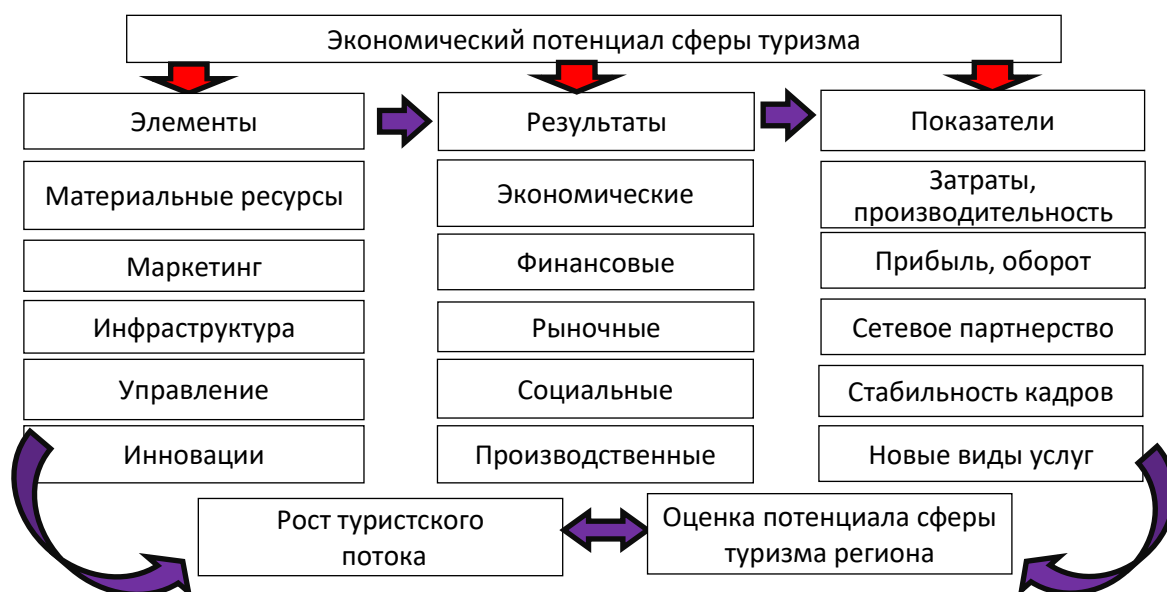


Рис. 1 – Структурная модель оценки влияния экономического потенциала туризма на рост туристского потока региона

Fig. 1 – Structural model for assessing the impact of the economic potential of tourism on the growth of tourist flow in the region

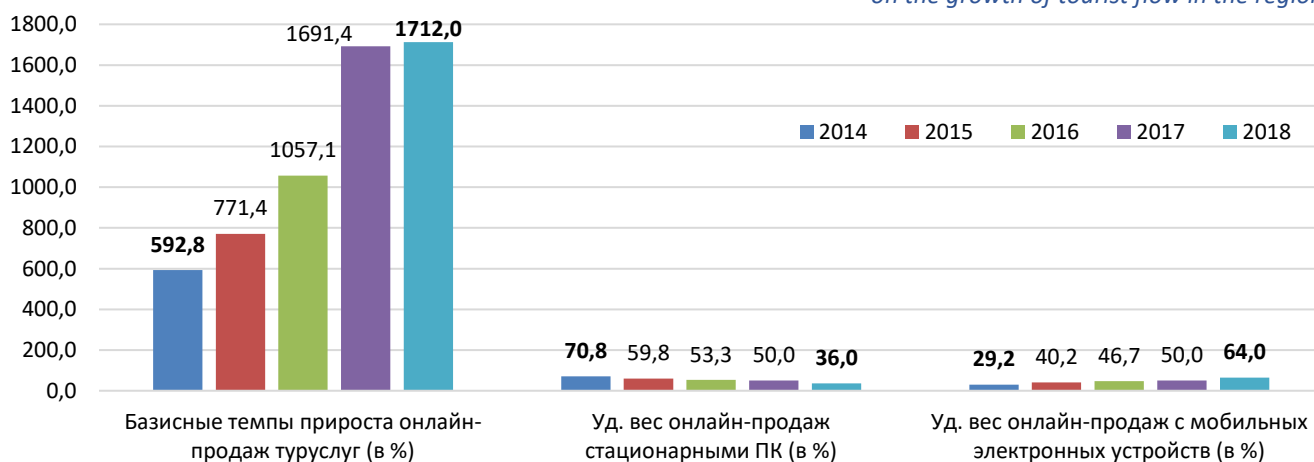


Рис. 2 – Оптимизация экономического потенциала туризма в условиях цифровой среды⁷

Fig. 2 – Optimization of the economic potential of tourism in the digital environment

⁷ Составлено по данным: «Onlinetours: Состояние и тренды на рынке продаж пакетных туров онлайн 2018». URL: travelhubr.com/blogs/travel_market/onlinetours-2018.html (Дата обращения: 20.11.2019).

Влияние экономического потенциала сферы туризма на сегментацию туристских потоков проявляется по следующим направлениям:

- разработка альтернативного предложения с целью оптимизации использования потенциала и учет перспективных направлений, определяющих привлекательность региона для посещения в среднесрочной перспективе;
- сочетание системного и ситуационного подходов, позволяющие гибко оптимизировать производственные, технологические и кадровые процессы на предприятиях сферы туризма;
- реагирование на растущий и потенциальный спрос, отражение полученной информации в процессе контроля и повышения качества услуг;
- оптимизация структуры управления, рациональность, технологичность и прозрачность ключевых бизнес-процессов;
- диверсификация производства с учетом потребностей различных сегментов потребителей;
- согласованность элементов системы управления и организации, баланс ресурсного обеспечения функциональных направлений деятельности;
- открытость к положительным изменениям внешней среды, сетевому и кластерному взаимодействию;
- преимущество оперативных, тактических и стратегических целей развития сервисного предприятия, их совместимость с организационной культурой и квалификацией управленческого персонала.

При оценке экономического потенциала сферы туризма необходимо отметить ограничивающие факторы, влияющие в различной степени в зависимости от уровня социально-экономического развития региона. Растущая себестоимость услуг для потребителей обусловлена динамикой цен на ресурсное обеспечение, в частности коммунальные, аренд-

ные, страховые платежи. Обратным эффектом является снижение спроса и замедление темпов роста различных сегментов экономики, в частности высокие транспортные тарифы негативно сказываются на повышении инерционности всей региональной экономической системы. Отсутствие финансовых ресурсов снижает возможности инноваций и системной реализации стратегии, усугубляется высокими ставками по кредитам и иным заемным средствам, увеличением рисков. Кадровая проблема также является достаточно существенной, у высшего менеджмента на уровне регионов отсутствует опыт реализации крупных проектов, что затрудняет доступ к государственным программам поддержки в силу непрозрачности будущих результатов, высоких рисков.

Остается проблема внедрения научных разработок и решения прикладных задач, связанных с повышением финансово-экономических результатов деятельности. Взаимосвязанным ограничением является низкий уровень информационной поддержки, ограниченная функциональность информационных сервисов и систем, ориентированных на получение информации в режиме реального времени, достоверных данных для участников рынка туристских услуг.

Условия ведения бизнеса во многих регионах недостаточно благоприятны в силу высокой арендной платы на помещения, отсутствия финансово-экономической и налоговой поддержки при организации бизнеса в сельских территориях, регионах с высоким уровнем дотационной зависимости. В связи с этим планирование количественных параметров сегментов потребителей должно основываться на текущем и перспективном состоянии ресурсов, учитывать уровень государственной поддержки развития территории, перспективное инфраструктурное планирование. Важным фактором оптимизации и развития ресурсного потенциала предприятий туризма является участие в различных формах инте-

грации на региональных рынках. Преимуществами данного типа партнерства является проникновение на новые рынки сбыта, обмен технологиями и управленческим опытом.

Таким образом, сегментирование туристского потока осуществляется ради нахождения новых еще не раскрытых возможностей развития регионального туризма. Поэтому на начальном этапе их необходимо определить.

Для этого следует провести углубленное маркетинговое исследование, объектом которого являются основные элементы рынка регионального туристского продукта, определяющие размеры и особенности динамики туристского потока. В процессе этих исследований выявляются те проблемы, которые сдерживают его развитие. После этого необходимо определить способы их разрешения.

Список источников:

1. **Игнатьев А.А.** Инновации в туризме как эффективный метод повышения уровня конкурентоспособности туристского продукта // Горизонты экономики. 2017. №4(37). С. 28-35.
2. **Кожяев Ю.П., Шайтура С.В.** Экономические связи России со странами - членами ЕС // Славянский форум. 2016. №1(11). С. 75-80.
3. **Лебедева С.А.** Современная классификация туристских сегментов // Молодой ученый. 2017. №12. С. 323-326.
4. **Муминова С.Р., Феоктистова В.М., Вагина У.В.** Инновации в туризме на основе информационных технологий // Сервис в России и за рубежом. 2018. Т.12. №1(79). С. 6-15.
5. **Нюренбергер Л.Б., Архипов А.Е., Севрюков И.Ю.** Инновационная парадигма маркетинговых коммуникаций в сфере санаторно-курортных услуг // Развитие теории и практики управления социальными и экономическими системами: Мат. V Междунар. науч.-практ. конф. (26–28.04.2016). Петропавловск-Камчатский: КамчатГТУ, 2016. С. 215-218.
6. **Попов М.В., Коблова Ю.А., Мuryгина Н.В.** Институты виртуального пространства: механизм, закономерности формирования и новые угрозы // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2017. №3(67). С. 82-86.
7. **Попова Е.В., Шевченко А.А., Курносова Н.С.** Сегментация туризма как отражение современного состояния туристского рынка // Научный журнал КубГАУ. 2013. №89. С. 1-10.
8. **Сотникова А.А., Колесникова К.С.** Инновации в туризме // Проблемы, опыт и перспективы развития туризма, сервиса и социокультурной деятельности в России и за рубежом. Сб. науч. трудов конф. 2016. С. 157-163.
9. **Спиридонова Е.П.** Власть визуального в формировании современной социальной парадигмы // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2017. №4(68). С. 148-151.
10. **Konovalova, E. E., Yudina, E. V., Bushueva, I. V., Ukhina, T. V., & Lebedev, K. A.** (2018). Forming approaches to strategic management and development of tourism and hospitality industry in the regions. *Journal of environmental management and tourism*, 2(26), 241-247. doi: 10.14505/jemt.v9.2(26).03.

References

1. **Ignatiev, A. A.** (2017). Innovacii v turizme kak effektivnyj metod povysheniya urovnya konkurentosposobnosti turistskogo produkta [Innovation in tourism as an effective method of increasing the competitiveness of a tourism product]. *Gorizonty ekonomiki [Horizons of the economy]*, 4(37), 28-35. (In Russ.).
2. **Kozhaev, Yu. P., Shajtura, S. V.** (2016). Ekonomicheskie svyazi Rossii so stranami - chlenami ES [Russian economic relations with the countries - EU members]. *Slavyanskij forum [Slavic forum]*, 1(11), 75-80. (In Russ.).
3. **Lebedeva, S. A.** (2017). Sovremennaya klassifikaciya turistskih segmentov [Modern classification of tourist segments]. *Molodoj uchenyj [Young Scientist]*, 12, 323-326. (In Russ.).

4. **Muminova, S. R., Feoktistova, V. M., & Vagina, U. V.** (2018). Innovacii v turizme na osnove informacionnyh tekhnologij [Innovation in Tourism Based on Information Technology]. *Servis v Rossii i za rubezhom [Service in Russia and abroad]*, 12(1), 6-15. (In Russ.).
5. **Nyurenberger, L. B., Arhipov, A. E., & Sevryukov, I. Yu.** (2016). Innovacionnaya paradigma marketingovyh kommunikacij v sfere sanatorno-kurortnyh uslug [Innovative paradigm of marketing communications in the field of spa services]. *Razvitie teorii i praktiki upravleniya social'nymi i ekonomicheskimi sistemami [Development of the theory and practice of managing social and economic systems]*: Materials of the V Intern. scientific-practical conferences. Petropavlovsk-Kamchatskij: KamchatGTU, 215–218. (In Russ.).
6. **Popov, M. V., Koblova, Yu. A., & Murygina, N. V.** (2017). Instituty virtual'nogo prostranstva: mekhanizm, zakonomernosti formirovaniya i novye ugrozy [Institutions of the virtual space: mechanism, patterns of formation and new threats]. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo social'no-ekonomicheskogo universiteta [Bulletin of Saratov State Socio-Economic University]*, 3(67), 82–86. (In Russ.).
7. **Popova, E. V., Shevchenko, A. A., & Kurnosova, N. S.** (2013). Segmentaciya turizma kak otrazhenie sovremennogo sostoyaniya turistskogo rynka [Segmentation of tourism as a reflection of the current state of the tourism market]. *Nauchnyj zhurnal KubGAU [Scientific journal KubSAU]*, 89, 1-10. (In Russ.).
8. **Sotnikova, A. A., & Kolesnikova, K. S.** (2016). Innovacii v turizme [Innovation in Tourism]. *Problemy, opyt i perspektivy razvitiya turizma, servisa i sociokul'turnoj deyatel'nosti v Rossii i za rubezhom [Problems, experience and prospects for the development of tourism, service and socio-cultural activities in Russia and abroad]*: Coll. of scientific proceedings conf., 157-163. (In Russ.).
9. **Spiridonova, E. P.** (2017). Vlast' vizual'nogo v formirovanii sovremennoj social'noj paradigmy [The power of the visual in shaping the modern social paradigm]. *Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo social'no-ekonomicheskogo universiteta [Bulletin of the Saratov State Socio-Economic University]*, 4(68), 148–151. (In Russ.).
10. **Konovalova, E. E., Yudina, E. V., Bushueva, I. V., Ukhina, T. V., & Lebedev, K. A.** (2018). Forming approaches to strategic management and development of tourism and hospitality industry in the regions. *Journal of environmental management and tourism*, 2(26), 241-247. doi: 10.14505/jemt.v9.2(26).03.