

DOI: 10.18572/2686-858X-2022-15-3-38-47

Оценка уровня туристско-рекреационного развития регионов Большого Золотого Кольца

Prerequisites for the generation and development of the concept of social responsibility of business

Кружалин Виктор Иванович,

доктор географических наук, профессор

E-mail: v.kruzhalin@gmail.com

Шабалина Наталья Владимировна,

кандидат географических наук, доцент

E-mail: natshab@yandex.ru

Кружалин Кирилл Викторович,

кандидат географических наук, доцент

E-mail: kvkmsu@gmail.com

Никанорова Александра Дмитриевна,

кандидат географических наук, старший научный сотрудник

E-mail: aleksanika@gmail.com

Аигина Екатерина Вячеславовна,

старший научный сотрудник

E-mail: eaigina@yandex.ru

Кудакаев Александр Янович,

инженер

E-mail: Alexander.kudakaev@gmail.com

Новичкова Елена Сергеевна, магистр

E-mail: novich1407@gmail.com

кафедра рекреационной географии и туризма, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, г. Москва, 119234, Российская Федерация

Viktor Kruzhalin,

Doctor of Geography, Professor

Natalya Shabalina,

Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor

Kirill Kruzhalin,

Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor

Alexandra Nikanorova,

Candidate of Geographical Sciences, Senior Researcher

Ekaterina Aigina,

Senior Researcher

Alexander Kudakaev,

engineer

Elena Novichkova,

master

Department of Recreational Geography and Tourism, Lomonosov Moscow State University M.V. Lomonosov, Moscow, 119234, Russian Federation

Аннотация. Статья посвящена оценке и анализу развития туризма в регионах нового проекта — Большое Золотое кольцо России. Описана краткая история становления одного из популярных туристских маршрутов нашей страны. Отдельно были рассмотрены факторы, оказывающие влияние на туристскую сферу регионов Большого Золотого кольца. Составлен индекс развития туристской деятельности для оценки ее уровня развития и вклада в экономику областей. Исследование основано на анализе количественных статистических данных и использовании методов агрегирования для получения интегрального показателя. В ходе исследования были выделены четыре группы регионов по уровню развития в них туризма.

Ключевые слова: туризм, факторы развития туризма, Большое Золотое кольцо России, социально-экономическое развитие, индекс развития туризма.

Jel code: L83

Abstract. The article is devoted to the assessment and analysis of tourism development in the regions of the new project — the Big Golden Ring of Russia. A brief history of the formation of one of the most popular tourist routes in our country is described. Separately, the factors influencing the tourism sector of the regions of the Big Golden Ring were considered. An index of the development of tourism activities has been compiled to assess its level of development and contribution to the economy of the regions. The study is based on the analysis of quantitative statistical data and the use of aggregation methods to obtain an integral indicator. In the course of the study, four groups of regions were identified according to the level of development of tourism in them.

Key words: tourism, tourism development factors, the Big Golden Ring of Russia, socio-economic development, tourism development index.

1. ВВЕДЕНИЕ

«Золотое кольцо России» — бренд, являющийся одним из самых известных на российском туристском рынке (Pattle, 2015).

Важную роль в формировании туристского маршрута сыграл журналист Юрий Бычков. В 1967 г. он написал цикл очерков в газете «Советская культура», посвященный древнерусским городам, подарив им название «Золотое кольцо» (Burns, 1998).

Через 2 года после публикации статей утверждается плановый всесоюзный туристский маршрут «Золотое кольцо», проходящий по древним городам Северо-Восточной Руси и включавший 5 областей в своем составе: Московскую, Владимирскую, Ивановскую, Костромскую и Ярославскую (Данилов, 2018).

Советский туроператор «Интурист» представил «Золотое кольцо» в начале 70-х гг. XX в. как одно из главных направлений внутреннего туризма в СССР (Ismagilova et al., 2014). План маршрута был представлен как замкнутый, т.е. пу-

тешество осуществлялось «по кольцу» (Вакарчук, 2016).

Летом 2021 г. состав регионов туристского проекта «Золотое кольцо» расширился в ходе подписания документов о межрегиональном сотрудничестве Федеральным агентством по туризму и губернаторами 9 областей: Владимирской, Ивановской, Калужской, Костромской, Рязанской, Тверской, Тульской и Ярославской. Новый туристский продукт получил новое наименование — «Большое Золотое кольцо России». Соглашение между главами регионов удовлетворило давно назревшую проблему устаревания (Лилеева, 2019) и отсутствия единой концепции развития туристского бренда (Савельева, 2018).

Новый проект включает в себя расширение предложения туристского продукта: создание новых туристских межрегиональных маршрутов, модернизация и создание новых объектов туристской инфраструктуры, обновление дорожно-транспортной системы территории, сотрудничество в маркетинговой стратегии

туризма между всеми регионами-участниками Большого Золотого кольца.

В рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» Большое Золотое Кольцо выделено как одна из 12 макротерриторий — приоритетных для развития туризма и формирования туристско-рекреационного каркаса Российской Федерации.

Большое Золотое кольцо имеет ключевое положение относительно других регионов России. Здесь складывается основа российской государственности и вследствие этого наблюдается высокая плотность населения на различных этапах развития истории. Рассматриваемая территория является центром формирования отечественной культуры (Шубина, 2016), науки; инноваций; хозяйственно-го освоения и экономического развития Российской Федерации (Аигина, 2013; Lavrova & Plotnikov, 2018).

2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ

Эффективное управление территориями развития туризма требует проведения специальных исследований туристско-рекреационного потенциала территорий и оценки уровня развития туризма (Шабалина, 2020). Методы оценки туристского потенциала развития включают комплексные исследования территорий разного уровня организации, включая проблемы социально-экономического, экологического, управленческого характера. Основная цель — выявить факторы, которые определяют степень развития туризма или препятствуют этому, а также найти наиболее эффективные пути решения имеющихся проблем и сформулировать наиболее оптимальные пути развития туризма на исследуемой территории. Одним из инструментов для пространственного исследования развития туризма в регионах является составление туристских рейтингов, которые служат для качественного сравнения территориального развития туризма и определения наилучших практик (Кружалин, 2021).

3. ДАННЫЕ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для оценки туристско-рекреационного комплекса регионов Большого Золотого Кольца было проведено исследование, основанное на анализе статистических официальных данных Росстата¹, федеральной налоговой службы², реестра малого и среднего предпринимательства³ и различных авторитетных рейтингов по различным направлениям. С целью группировки регионов по уровню развития туризма был рассчитан интегральный показатель (индекс) на основе использования методов агрегирования.

Для составления индекса были взяты следующие показатели за 2020 г.:

— ранжирование субъектов по положению в общероссийских рейтингах (баллы);

— доля инвестиций в основной капитал деятельности гостиниц и предприятий общественного питания (%);

— доля туристских услуг от объема общих услуг населению (%);

— доля среднегодовой численности занятых в деятельности гостиниц и предприятий общественного питания среди всех занятых (%);

— доля туристских предприятий от общего количества объектов малого и среднего предпринимательства (%);

— доля уплаченных налогов гостиницами и ресторанами от общей суммы уплаченных налогов организациями в региональный бюджет (%);

— показатель интенсивности туристского потока (объем туристского потока на 100 человек населения).

Для исследования были рассмотрены различные авторитетные рейтинги

¹ Федеральная служба государственной статистики: Официальный сайт / Росстат. — 2021. — URL: <https://www.gks.ru/> (дата обращения: 10.10.2022).

² Федеральная налоговая служба. Официальный сайт. — URL: <https://www.nalog.gov.ru/> (дата обращения: 10.10.2022).

³ Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. Официальный сайт. — URL: <https://ofd.nalog.ru/index.html> (дата обращения: 10.10.2022).

и место регионов Большого Золотого Кольца в них:

— Всероссийский рейтинг субъектов РФ по развитию туризма за 2017 г., составленный Министерством культуры (Рейтинг, 2021);

— РИА-рейтинг социально-экономического положения регионов в 2021 г. (РИА-рейтинг, 2021);

— Национальный туристский рейтинг за 2021 г. (Национальный, 2021);

— Индекс человеческого развития, составленный Аналитическим центром при Правительстве РФ (Индекс, 2021).

Для нормирования рейтингов был использован метод ранжирования. Регионы Большого Золотого кольца

были проранжированы от 1 до 9 в зависимости от положения в общероссийских рейтингах, где 9-й ранг давался региону с наивысшим положением в рейтинге относительно других регионов Большого Золотого кольца, а 1-й — с минимальным. На следующем этапе значения присвоенных рангов суммировались, и, в соответствии с суммарными значениями, были ранжированы по убыванию. Регионы, набравшие максимальное количество рангов, относятся к группе с наивысшим положением в рейтингах. Регионы с минимальными значениями суммы рангов — к группе регионов с самыми низкими положениями в рейтингах (табл. 1).

Таблица 1

Ранжирование регионов по положению в общероссийских рейтингах

Субъект РФ	Общий ранг (балл)	Положение в рейтингах
Московская область	43	Высокое
Калужская область	36	Достаточно высокое
Тульская область	34	
Ярославская область	32	
Рязанская область	23	Среднее
Тверская область	21	
Владимирская область	21	
Ивановская область	9	Низкое
Костромская область	6	

Источник: составлено по данным рейтингов.

Таблица 2

Интегральный индекс развития туризма

Регион	Индекс	Группа
Московская область	0,502	Высокое развитие
Ярославская область	0,254	Достаточно высокое развитие
Владимирская область	0,181	
Калужская область	0,177	
Тульская область	0,130	Среднее развитие
Рязанская область	0,105	
Тверская область	0,078	
Костромская область	0,037	Малое развитие
Ивановская область	0,035	

Источник: составлено авторами, 2020 г.

Таблица 3

Веса показателей

Наименование показателя	Вес показателя
ранжирование субъектов по положению в общероссийских рейтингах, баллы	0,1
доля инвестиций в основной капитал деятельности гостиниц и предприятий общественного питания, %	0,1
доля туристских услуг от объема общих услуг населению, %	0,1
доля среднегодовой численности занятых в деятельности гостиниц и предприятий общественного питания среди всех занятых, %	0,15
доля туристских предприятий от общего количества МСП, %	0,2
доля уплаченных налогов гостиницами и ресторанами от общей суммы уплаченных налогов организациями в региональный бюджет, %	0,2
показатель неравномерности туристского потока (объем туристского потока на площадь территории в км ²)	0,15

Источник: составлено авторами.

На основе агрегирования вышеописанных показателей был составлен интегральный индекс развития туризма в регионах Большого Золотого кольца (табл. 2).

Данные показатели были нормированы методом линейного масштабирования, а также методом балльной оценки (ранжирование субъектов по положению в общероссийских рейтингах). Далее показателям были присвоены веса на основе экспертной оценки (табл. 3). После этого показатели были агрегированы: нормированные показатели были умножены на веса и просуммированы по каждому региону.

4. РЕЗУЛЬТАТЫ И ДИСКУССИЯ

Регионы Большого Золотого кольца являются популярным туристским направлением среди российских и иностранных туристов (Матвеева, 2019), которое переживает процесс обновления и диверсификации туристского продукта. В этой связи видится необходимым рассмотрение различных факторов, влияющих на развитие туристской отрасли на данной территории.

1. *Экономико-географическое положение (ЭГП)* играет важнейшее значение для развития туризма на территории

(Исаева, 2018). ЭГП является ее конкурентным преимуществом, ведь оно характеризуется центральностью и столичностью. Также транспортно-географическое положение крайне выгодно — по территории Большого Золотого кольца проходят важнейшие транспортные магистрали. Благодаря близости к Московскому столичному региону, территория получает положительное влияние агломерационного эффекта, что определяет инвестиционную привлекательность и инфраструктурное развитие (особенно это актуально для Московской области и регионов, напрямую граничащих с ней). На объем доходов от туризма положительно влияет соседство Большого Золотого кольца с крупным потребительским платежеспособным рынком Москвы. Однако столичность географического положения имеет и ряд негативных последствий, о которых будет сказано при рассмотрении социального фактора.

2. *Инфраструктурный фактор.* В регионах Большого Золотого кольца наблюдается достаточная диспропорция пространственного развития инфраструктуры, носящая центрально-периферийные черты. Московская область имеет преимущества в развитии инфраструк-

туры из-за влияния и непосредственной близости Москвы. Глубокая периферийность Костромской и Ивановской области определяют самый низкий уровень развития туристской инфраструктуры относительно макротерритории.

Как уже сказано выше, Большое Золотое кольцо пересекают 9 федеральных трасс с высоким качеством дорожного покрытия, т.е. транспортный каркас имеет радиальный характер, где «транспортными воротами» туристского маршрута служит столица России — г. Москва. Плотность железнодорожных путей общего пользования и автомобильных дорог одна из самых высоких в стране. Однако стоит отметить, что дороги регионального и местного значения имеют неудовлетворительное состояние. А основные транспортные магистрали, отходящие от Москвы постоянно перегружены. Не во всех регионах присутствуют аэропорты гражданской авиации, хотя если они имеются в регионе, то требуют обновления или ремонта (кроме московских аэропортов). Аэропорты общего пользования отсутствуют в Тульской, Владимирской, Тверской, Рязанской областях.

В целом, туристская инфраструктура характеризуется недостаточной развитостью и наблюдается ее нехватка (Astratova et al., 2021). Например, обеспеченность номерным фондом (количество номеров в средствах размещения на 1000 чел. населения) на 2020 г. в регионах Большого Золотого кольца ниже общероссийского уровня — 5,7% и 6,8% соответственно. Кроме того, еще сохраняется проблема изношенности номерного фонда, его несоответствия соотношению «цена-качество».

Радиальная транспортная система, невысокое качество внутрирегиональных дорог, отсутствие гражданских аэропортов, перегруженность федеральных магистралей препятствует межрегиональной транспортной взаимосвязанности, что создает трудности для осмотра объектов туристского показа или выполнения программы по туристскому маршруту.

3. *Туристско-ресурсный фактор.* (природные и культурно-исторические ресурсы). Регионы Большого Золотого кольца богаты культурно-историческими ресурсами, особенно на северо-востоке макротерритории, где они не подверглись военным разрушениям и смогли сохраниться до наших дней. Уникальные древнерусские памятники архитектуры, культуры и истории русского Средневековья, в том числе, внесенные в Список всемирного наследия ЮНЕСКО, а также христианские святыни привлекают к посещению туристов (Kryukova et al., 2021). Города Золотого кольца известны изделиями старинных русских народных промыслов и ремесел. Кроме того, данная территория связана с деятельностью великих русских ученых и деятелей культуры и искусства. Данное направление туризма традиционно, но исчерпало себя.

Наличие аттрактивных ландшафтов с речными долинами, озерами и нескольких природных зон и подзон; сохранение экологически чистых территорий минимально подверженных хозяйственному освоению создают условия для развития природно-ориентированного (экологического, охотничье-рыболовный туризм) туризма.

4. *Экономический фактор.* Так как территория туристского маршрута издревле была заселена различными народами, то она характеризуется высоким уровнем хозяйственной освоенности. Это определяет развитость большей части регионов в экономическом отношении в царский и советский период России.

Однако все регионы Большого Золотого кольца, кроме Московской области, имеют валовой региональный продукт на душу населения ниже общестранового значения, который составляет 656 тыс. руб. в 2020 г. (в ценах 2015 г.), но выше среднего по Центральному федеральному округу.

ВРП на душу населения ниже среднего по регионам Большого Золотого кольца наблюдается в Рязанской, Тверской, Костромской и Ивановской областях.

Это депрессивное состояние социально-экономической сферы обуславливает важность туризма для данных регионов как способ улучшения обстановки.

Развитое промышленное производство Московской, Калужской, Ярославской и Тульской области опосредованно (через налоговые доходы) дает возможность финансировать развитие туристской отрасли и повышать свою привлекательность среди туристов.

5. Социально-демографический фактор. Большое Золотое кольцо — одна из наиболее густонаселенных территорий Российской Федерации. Однако в социальной сфере рассматриваемых регионов протекают негативные процессы. На протяжении нескольких десятилетий в регионах наблюдается депопуляция (отрицательный естественный прирост, где коэффициент смертности значительно превышает коэффициент рождаемости) и старение населения. Это объясняется миграционным «вымыванием» населения трудоспособного возраста в Московский столичный регион и другие благоприятные с экономической точки зрения регионы (с более высоким доходом и наличием вакансий на рынке труда), в целях улучшения уровня жизни.

Так, на 2020 г. все регионы Большого Золотого кольца по индексу человеческого развития находятся ниже среднего уровня по России. По типологии регионов, представленной Аналитическим центром при Правительстве РФ — 7 из 9 регионов Большого Золотого кольца относятся к среднеразвитым. Только Московская область по индексу человеческого развития относится к высокоразвитому типу, благодаря конкурентоспособной заработной плате и мощной научно-образовательной базе (и высокой долей населения с высшим образованием).

Описанные отрицательные тенденции в настоящее время создают проблему недостатка трудовых кадров в сфере туризма, лиц со средним профессиональным и высшим образованием, которая будет усиливаться в будущем. Это, в свою

очередь, неблагоприятно повлияет на дальнейшее развитие отрасли.

6. Образовательно-кадровый фактор. Заработная плата в сфере туризма и гостеприимства существенно ниже средней оплаты труда по региону. Например, на 2020 г. средняя заработная плата по регионам Большого Золотого кольца составляет 38,8 тыс. руб., заработная плата в средствах размещения была равна 27,8 тыс. руб., а в гостиницах и ресторанах — 23,1 тыс. руб.⁴. Из-за невысокой оплаты труда в этой сфере в регионах Большого Золотого кольца спрос на профильное образование в сфере туризма непостоянен из года в год; будущие специалисты делают выбор в пользу других направления образования или переезжают в более экономически развитые регионы.

При этом туризм играет важную роль для трудового населения регионов Большого Золотого кольца, средний процент занятых в этой сфере равен среднему уровню по России и ЦФО. Это объясняется спецификой туристской отрасли — возможностью работы в этой сфере без специального образования.

В регионах Большого Золотого кольца наблюдается дисбаланс спроса и предложения на рынке труда в сфере туризма: предложений работы больше, чем выпущенных кадров с профильным образованием. Так, общее количество выпускников (среднего профессионального образования, бакалавриата, магистратуры) по регионам Большого Золотого кольца по направлениям подготовки «Туризм», «Сервис» и «Гостиничное дело» составляет 2,786 тыс. чел. Количество вакансий (в сфере туризма, гостиниц и предприятий общественного питания), предлагаемых на Портале интернет-рекрутмента HeadHunter [3] — 5,646 тыс., более чем в 2 раза больше количества выпускников. Это говорит о дефиците квалифицированных кадров в сфере туризма.

⁴ Интернет-рекрутмент HeadHunter. — URL: <https://hh.ru/> (дата обращения: 10.10.2022).

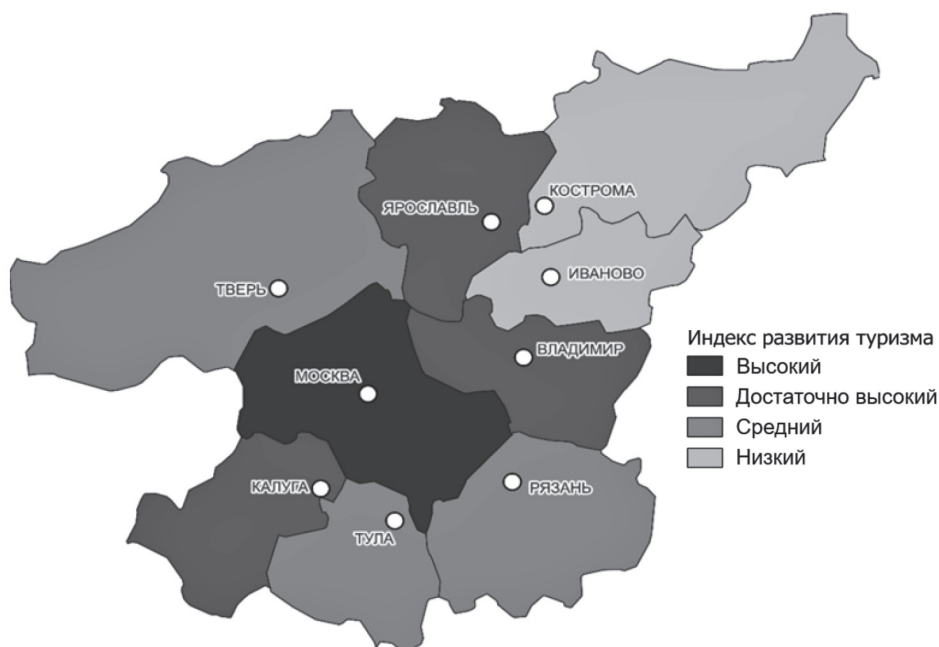


Рис. 1. Интегральный показатель (индекс) развития туризма в регионах Большого Золотого кольца, 2020 г. (составлено авторами)

В большинстве регионов туристской макротерритории (в 6 из 9 регионов) отмечается низкая численность туристских образовательных программ в рамках магистратуры. Кроме того, обучение в магистратуре, в основном, осуществляется на контрактной основе. Данная ситуация приводит к недостаточному количеству потенциальных работников высшего уровня образования в сфере туризма (высших управленческих кадров), препятствует завершённости подготовки специалистов.

В итоге, существуют риски для реализации дальнейших инвестиционных проектов в сфере туризма на территории Большого Золотого кольца, прохождения туристских или гостиничных стандартов, снижения качества туристских и гостиничных услуг.

В результате анализа и рассмотрении факторов можно выделить 4 основные группы регионов: с высоким экономическим и туристским развитием, с достаточно высоким, со средним и малым (рис. 1).

Первую группу представляет Московская область. Регион является лидером по туристскому потоку среди субъектов Большого Золотого кольца, а также имеет наибольшее количество хозяйственных субъектов туристской деятельности на своей территории. Московская область лидирует по доле уплаченных налогов, доле занятых в гостиницах и ресторанах, а также, благодаря тому, что имеет очень высокий уровень социально-экономического развития и наивысшую степень вовлеченности территории в туристскую индустрию, занимает ведущие места во всех рассмотренных выше рейтингах.

Во вторую группу входят Ярославская, Владимирская и Калужская области. Туристский поток в эти регионы остается очень существенным, значительно превышая значения прочих регионов Большого Золотого кольца за исключением Московской области. Все регионы в этой группе занимают одни из лидирующих позиций (не беря в расчет Московскую область) по отдельным показателям. Калужская область занимает первое

место по доле среднегодовой численности занятых в деятельности гостиниц и предприятий общественного питания (3%). Владимирская область тоже имеет сравнительно высокую долю по этому показателю (2,8 %, тогда как среднее значение по Большому Золотому кольцу составляет 2,4 %), а также выделяется высокой долей туристских услуг (1,4%). Ярославская область занимает лидирующую позицию по доле инвестиций в гостиницы и рестораны (1,2%). В целом, все эти субъекты Большого Золотого кольца уделяют значительное внимание развитию туризма на своей территории, т.к. туристская сфера является значимой экономической отраслью этих регионов, а также из-за наличия большого количества объектов туристского показа.

Третью группу составляют Тульская, Рязанская и Тверская области. Следует отметить, что Тверская область попадает в эту группу, главным образом, из-за своего выгодного географического положения на транспортном коридоре, соединяющим Москву и Санкт-Петербург. Доля туристских предприятий от общего количества МСП и процент туристских услуг в этом регионе высоки (3,9% и 1,6% соответственно). Места притяжения туристов в Тверской области имеют не только культурно-познавательную направленность, но и природно-ориентированный характер из-за благоприятной экологической обстановки, наличия значительной площади сохранных природных территорий, включая особо охраняемые природные территории. Рязанская и Тульская области — это промышленные регионы, в которых значения практически по всем

показателям ниже средних по регионам Большого Золотого кольца. Кроме того, Рязанская область имеет меньше всего значимых объектов туристского показа и мест притяжения.

В четвертой группе находится Ивановская и Костромская области. Как уже отмечалось, это депрессивные старопромышленные регионы с низким уровнем социально-экономического развития. Во всех рассмотренных рейтингах при ранжировании эти регионы заняли последние позиции среди исследуемых. Значения некоторых показателей при этом достигают средних по регионам Большого Золотого кольца, что объясняется эффектом низкой базы. Области отличаются наименьшей степенью вовлеченности территории в туристскую индустрию.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Разработанный авторами подход по ранжированию уровня развития туризма в регионах Большого Золотого Кольца отражает значение вклада туризма в экономику. С помощью рассчитанного индекса можно провести сравнительный анализ факторов, влияющих на развитие туризма, и выявить приоритеты для каждого региона для увеличения туристско-рекреационного потенциала. В ходе исследования регионы были разделены на четыре группы по уровню развития туризма, где «лидеры» значительно отличаются от «аутсайдеров» по данному интегральному показателю. Развитие регионов определяется экономико-географическим положением, экономической развитостью, туристско-ресурсными, социально-демографическими и другими факторами.

6. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Aigina, E. V., Tul'skaya, N. I., SHabalina, N. V. (2013). Turizm v gorodah zolotogo kol'ca: novye formy i vidy. Rossijskij nauchnyj zhurnal, (5), 313-319.
2. Afanas'ev, O.E. (2016) Turistskie rejtingi gorodov Rossii. Sovremennye problemy servisa i turizma, T. 10, № 1., s.158.
3. Vakarchuk, A. YU. (2016). Iz istorii ekskursionnogo turizma v SSSR: marshrut "Zolotoe kol'co". In Gosudarstvo, obshchestvo, Cerkov' v istorii Rossii ХКН-XXI vekov (pp. 268-274).

4. Danilov, A. YU. (2018). «Zolotoe kol'co Rossii»: istoriya stanovleniya i razvitiya turistskogo marshruta. *Vestnik YArGU. Seriya Gumanitarnye nauki*, (4), 41-45.
5. Indeks chelovecheskogo razvitiya v Rossii: regional'nye razlichiya. — URL:https://ac.gov.ru/uploads/2Publications/analitika/2022/_2021_long.pdf (data obrashcheniya: 10.04.2022).
6. Isaeva, N. V., & Isaev, V. A. (2018). Perspektivy razvitiya turizma v municipal'nom obrazovanii. In *Strategicheskoe upravlenie: teoriya, praktika i problemy*, 26-28).
7. Kruzhalin, V., Kul'gachev, I., Kruzhalin, K., Romanova, M. (2021) Nacional'nyj turistscheskij rejting: puti sovershenstvovaniya. *Vestnik nacional'noj akademii turizma*, (4), 10-13.
8. Lileeva, O. (2019). Formirovanie novej reputacii izvestnogo turistscheskogo marshruta «Zolotoe kol'co». *Marketing v Rossii*. 2019, 110-116.
9. Matveeva, A. A., & Kulomzina, E. YU. (2019). Problemy razvitiya prosvetitel'skogo turizma v Rossii. *Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya: Ekonomika*, (2), 22-30.
10. Nacional'nyj turistskij rejting. — URL: <http://russia-rating.ru/info/20156.html> (data obrashcheniya: 10.10.2022).
11. Rejting sub'ektov RF po razvitiyu turizma. — URL: <https://culture.gov.ru/press/news/rejting-subektov-rossijskoy-federatsii-po-razvitiyu20171006160552/> (data obrashcheniya: 10.10.2022).
12. RIA-rejting social'no-ekonomicheskogo polozheniya regionov. — URL: <https://riarating.ru/infografika/20210531/630201353.html> (data obrashcheniya: 10.04.2022).
13. Savel'eva, I. YU. (2018). «Zolotoe kol'co» kak turistscheskij brend Rossii. In *Brending kak kommunikativnaya tekhnologiya XXI veka*, 113-117.
14. SHabalina, N. V. (2020). Turistsko-rekreacionnaya ekspertiza kak innovacionnoe napravlenie prostranstvennogo analiza razvitiya turistsko-rekreacionnoj deyatel'nosti. In *Innovacionnye tekhnologii upravleniya i strategii territorial'nogo razvitiya turizma i sfery gostepriimstva*, 363-371.
15. SHubina, M. M., Gorshkova, M. A., & Gorshkova, P. V. (2016). Kul'turnoe nasledie i ego rol' v formirovanii duhovnosti obshchestva (na primere «Zolotogo kol'ca Rossii»). *Simvol nauki*, (4-4), 237-238.
16. Astratova, G. V., Pavlenko, I. G., Kireeva, M. M., Vostrova, A. P., & Bukreev, I. A. (2022, January). Overview of the Current State and Problems of Accommodation Facilities Development in the Regions of the Central Federal District of the Russian Federation. In *International Scientific and Practical Conference "Sustainable development of environment after Covid-19" (SDEC 2021)*, Atlantis Press, pp. 139-143.
17. Burns, P. (1998). Tourism in Russia: background and structure. *Tourism Management*, 19(6), 555-565.
18. Ismagilova, G. N., Safiullin, L. N., & Bagautdinova, N. G. (2014). Tourism development in region based on historical heritage. *Life Science Journal*, 11(6s), 363-367.
19. Kryukova, E. M., Khetagurova, V. S., Soshenko, M. V., Lutovinova, N. V., & Filimonova, N. N. (2021). The current state of the economy of religious tourism and orthodox pilgrimage in Russia. *Laplace em Revista*, 7(3A), 67-77.
20. Lavrova, T., & Plotnikov, V. (2018). The development of tourism: the experience of Russia. In *MATEC Web of Conferences*, EDP Sciences, Vol. 170, p. 01028.
21. Pattle, S. (2015). 'Tourism for Everyone' Domestic Tourism in the USSR during Late Socialism, 1950s-1980s (Doctoral dissertation, Durham University).