

УДК 33

DOI: 10.34670/AR.2022.51.54.048

## Некоторые особенности въездного туризма в Российской Федерации

### **Близневская Валентина Степановна**

Доктор педагогических наук, профессор,  
профессор кафедры физической культуры,  
Институт физической культуры, спорта и туризма,  
Сибирский федеральный университет,  
660028, Российская Федерация, Красноярск, пр. Свободный, 82;  
e-mail: bliznevsky58@mail.ru

### **Клочков Владимир Павлович**

Доктор педагогических наук, профессор,  
старший научный сотрудник,  
Челябинский государственный университет,  
454001, Российская Федерация, Челябинск,  
ул. Братьев Кашириных, 129;  
e-mail: klovlpav@mail.ru

### **Берлякова Анна Викторовна**

Кандидат педагогических наук,  
доцент кафедры теоретических основ и менеджмента  
физической культуры и туризма,  
Институт физической культуры, спорта и туризма,  
Сибирский федеральный университет,  
660028, Российская Федерация, Красноярск, пр. Свободный, 82;  
e-mail: aberlyakova@sfu-kras.ru

### **Грошев Василий Алексеевич**

Кандидат педагогических наук,  
заместитель директора по науке, инновациям  
и международному сотрудничеству,  
доцент кафедры теоретических основ и менеджмента  
физической культуры и туризма,  
Институт физической культуры, спорта и туризма,  
Сибирский федеральный университет,  
660028, Российская Федерация, Красноярск, пр. Свободный, 82;  
e-mail: vgroshhev@sfu-kras.ru

**Клочков Святослав Владимирович**

Кандидат физико-математических наук,  
доцент кафедры теоретических основ и менеджмента  
физической культуры и туризма,  
Институт физической культуры, спорта и туризма,  
Сибирский федеральный университет,  
660028, Российская Федерация, Красноярск, пр. Свободный, 82;  
e-mail: therealarts@mail.ru

**Аннотация**

Статья посвящена исследованию особенностей въездного туризма в России. Вышеуказанная сфера деятельности является одной из значимых социально-экономических сфер, формирующих репутацию страны, ее гостеприимство, а также занятость в данной области. Многие страны мира стараются привлечь иностранных граждан в качестве туристов на свои территории, что представляет возможность использовать ими, прежде всего рекреационный эффект. Активизация вышеуказанной сферы деятельности для принимающей стороны дает дополнительный импульс развитию экономики, созданию новых рабочих мест, притоку иностранной валюты, увеличению доходов и как следствие повышению уровня жизни коренного населения. В последние годы развитию туризма в Российской Федерации также уделяется большое внимание, чем и обусловлена актуальность темы исследования. На сегодняшний день вышеуказанная отрасль экономики в России уже существует, совершенствуется и обладает всеми признаками достаточно развитой сферы деятельности. При этом в силу довольно существенных еще неиспользованных потенциальных резервов, она является достаточно сложным объектом анализа. Данная публикация предусматривает для понятия «въездной туризм» уточнение его содержания. Помимо этого, в статье приведен также и соответствующий алгоритм реализации вышеуказанного социально-экономического явления. На этой основе с помощью теоретических, практических, смешанных методов исследования был получен ряд существенных выводов, отражающих понятийно-терминологический аппарат изысканий, а также его субъект-объектные и субъект-субъектные показатели.

**Для цитирования в научных исследованиях**

Близневская В.С., Клочков В.П., Берлякова А.В., Грошев В.А., Клочков С.В. Некоторые особенности въездного туризма в Российской Федерации // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2022. Том 12. № 4А. С. 60-70. DOI: 10.34670/AR.2022.51.54.048

**Ключевые слов**

Въездной туризм, рекреационный туризм, спортивный туризм, отрасль экономики, социальная сфера, алгоритм, понятийно-терминологический аппарат, уточнение, теоретические, практические и смешанные методы исследования.

## Введение

Туризм является одной из значимых, самых быстро окупающихся экономических отраслей многих стран. Они обеспечивают достаточно высокий уровень как непосредственной занятости коренного населения, так и его опосредованного использования путем привлечения рабочей силы из других отраслей: банков, здравоохранения, общественного питания, транспорта, связи, сферы обслуживания и т.д.

Помимо этого, вышеуказанная сфера деятельности имеет собственную социальную составляющую, от которой, прежде всего, зависит престиж, рейтинг и репутация государства.

Свою специфику имеет и въездной туризм. Многие страны мира стараются привлечь иностранных граждан на свои территории, что дает дополнительный импульс развитию экономики, созданию новых рабочих мест, притоку иностранной валюты, увеличению доходов и как следствие повышению уровня жизни коренного населения [Борзов, 2021].

Последние годы по развитию въездного туризма характеризуются значительным вниманием и в Российской Федерации. С учетом вышесказанного двумя основными задачами данного исследования выступают:

- 1) Уточнение содержания основного понятия исследования.
- 2) Разработка соответствующего алгоритма оптимальной реализации въездного туризма.

## Методы исследования

Теоретические методы исследований:

- анализ литературных, документальных и интернет источников;
- формальную логику;
- статистические данные.

Практические способы изысканий, состоящие из:

- полихотомического анализа;
- его частных версий;
- классификационного деления.

Смешанные методы исследований, предполагающие:

- абстракции;
- редукции;
- обобщения;
- интерпретации полученных результатов.

## Результаты и обсуждение

За последние десятилетия туризм стал одним из массовых явлений общественной жизни, а туристский бизнес для многих государств – одним из важнейших факторов, способствующих росту национального дохода, межнациональному сотрудничеству в сфере экономики, культуры, спорта [Близневская, 1998; Близневский, 2014; Близневский и др., 2014; Муллер и др., 2020] и охраны природы.

Ежегодное исследование Всемирного совета по туризму и путешествиям, проведенное совместно с британским аналитическим агентством «Oxford Economics», показывает, что за

2019 год совокупный вклад анализируемой отрасли в мировой валовой внутренний продукт оценивается на уровне 10,3 %, или около 8,9 трлн. долларов США, при этом 1 из 10 рабочих мест в мире создается в данном секторе.

Также, за 2019 год сектор путешествий и туризма продемонстрировал увеличение ВВП на 3,5%, опережая рост мировой экономики на 2,5% девятый год подряд [Всемирная туристская организация, [www](http://www)].

Статистические показатели позволяют говорить о том, что туризм является перспективным направлением, а его ресурсы – важнейшей частью национального богатства многих стран. Форс-мажорные обстоятельства, такие как пандемия коронавируса [Бесперстова, Зобова, 2021; Ключков, 2020], необоснованные экономические санкции [Цирульников, 2021], вряд ли переломят долгосрочную тенденцию роста международных прибытий, число которых к 2030 г. ожидается на уровне 1,8 млрд человек [Всемирная туристская организация, [www](http://www)], что больше численности населения крупнейших по этому показателю стран мира Китая и Индии.

Начнем с решения первой задачи данной статьи, обуславливающей уточнение содержания категории – «въездной туризм».

Основное понятие исследования – достаточно многоплановая социально-экономическая категория, имеющее тенденцию к постоянной модификации, с учетом этого, довольно сложно выделить его формы и виды поэтому в мировой практике пока нет единой классификации. Те, что существуют, имеют между собой некоторые расхождения.

При анализе подходов к исследованию понятия «въездной туризм» со стороны ряда российских и зарубежных авторов было выявлено, что многие из них, в частности Л.В. Попова [Попова, 2012], Е.В. Калыгина [Калыгина, 2016], А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян [Кусков, Джаладян, 2008], Ю. Мохова и С. Корнеев [Мохова, Корнеев, 2008], используют довольно схожие дефиниции.

В ряде литературных источников можно встретить несколько вариантов интерпретации данной категории, например, у А.Б. Косолапова и В.Ю. Воскресенского, под въездным туризмом понимается «...путешествие по стране лиц, не проживающих в ней постоянно» [Воскресенский, 2015], а у В.И. Трухачева «...путешествие по стране лиц, постоянно проживающих в других странах» [Трухачев, Таранова, 2013].

Более обширное определение предлагает А.Н. Рубаник и Д.С. Ушаков, трактуя международный въездной туризм как «путешествия, организуемые для граждан зарубежных государств по территории своей страны, связанные с пересечением ими государственной границы и совершаемые с некоммерческими целями на срок не менее одних суток и не более полугода» [Ушаков, 2006]. Эта интерпретация анализируемого понятия не противоречит предыдущим, только является более подробной и расширенной.

По своей форме или степени организации международные путешествия (в том числе и въездной туризм) подразделяются на организованные и неорганизованные.

Организованным туризмом считаются путешествия, которые осуществляются с помощью и при посредничестве туристских фирм.

К неорганизованному туризму относятся поездки, предпринимаемые самими туристами самостоятельно. В этом плане очень полезным является использование возможностей искусственного интеллекта, с его помощью можно составлять индивидуальный маршрут движения путешественника и со всеми необходимыми остановками [Ключков и др., 2021, 2020].

Теперь перейдем к решению второй задачи данной статьи, связанной с разработкой

соответствующего алгоритма оптимальной реализации въездного туризма.

Организационный аспект путешествий напрямую связан с работой фирм – туроператоров и турагентов, при этом последние не занимаются формированием соответствующего продукта, что нашло отражение в определении их деятельности по Федеральному закону России «Об основах туристской деятельности в РФ». Согласно ему, туроператорская деятельность это «...деятельность по формированию, продвижению и реализации соответствующего продукта, осуществляемая юридическим лицом». Соответственно, турагентская деятельность «...деятельность по продвижению и реализации продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем».

Туроператоров, занимающихся приемом и обслуживанием иностранных гостей, называют принимающими или инкаминговыми. Их деятельность направлена на создание для них турпакетов по размещению, питанию, транспортировке, организации досуга и т.д. [Калыгина, 2016; Лантратов и др., 2020].

Функциональная и организационная структура принимающих фирм значительно отличается от аналогов, занимающихся выездным туризмом российских граждан. Учитывая особенности международного въездного туризма [Голунов, Зотова, 2021; Калыгина, 2016] можно уже дать определение и оптимальное содержание основного анализируемого понятия.

Въездной туризм – это функциональная система, целью которой являются разработка, продвижение и реализация национального соответствующего продукта на зарубежных специализированных рынках, связанная с обслуживанием прибывающих иностранных гостей на территорию Российской Федерации.

Цикл работ по планированию и организации въездного туризма в Россию для представителей каждой страны по-своему уникален, однако он объединен общей технологией создания. Так, например, Д.С. Ушаков в своих трудах утверждает, что цикл работ можно разбить на пять этапов [Ушаков, 2006]:

- проектирование;
- планирование;
- продвижение;
- сбыт;
- реализация турпродукта.

Начальной стадией разработки турпродукта является проектирование, в основе которого лежат результаты маркетингового исследования потребностей специализированного рынка и конкурентной среды. Результатом этого этапа является разработка проекта – общего, примерного, приблизительного представления о будущей программе турпродукта. Данный этап проводится задолго до обозначенных сроков начала его реализации, особенно в случаях работы с новыми направлениями или видами программ, поскольку процесс их продвижения требует значительных больших затрат времени, чем обычно [Попова, 2012].

Следующим этапом формирования цикла работ по организации въездного туризма выступает планирование. Основой этой стадии является специфика такого взаимодействия туроператора и поставщиков соответствующих услуг, в результате чего из приблизительного проекта формируется непосредственно сам продукт, отвечающий основным потребительским свойствам, таким как [Osipov et al., 2018]:

- обоснованность,
- надежность,

- безопасность,
- целостность,
- простота в эксплуатации,
- гибкость,
- способность к модификации, а также
- привлекательность.

В ходе данного этапа выстраиваются принципы работы туроператора при организации планируемого продукта и определяются задействованные в нем поставщики специализированных услуг, формируется договорная база, а также на основании рыночной позиции происходит процесс соответствующего ценообразования.

Третьей стадией Ушаков Д.С. [Ушаков, 2006] выделяет продвижение, где успешному выведению турпродукта на рынки способствует комплекс разнообразных методов, инструментов, стимулирующих продажи и создающих интерес для покупателей и агентов.

Четвертым этапом является сбыт турпродукта либо непосредственно клиентам, либо через агентскую сеть, что чаще используют более крупные операторы ввиду отсутствия возможности самостоятельно обслуживать всех обслуживаемых ими клиентов, а также необходимости продвижения продукта оператора в регионах.

Финальным этапом является непосредственно реализация продукта – организация поездки и оказания входящих в турпакет соответствующих, специализированных услуг.

Рассмотрим другой подход к технологии организации турпродукта и Е.Н. Рудской [Рудская, Скабарова, 2015], которая также разбивает цикл необходимых работ на пять этапов.

По ее мнению, в качестве первой стадии выступает:

- разработка идеи турпродукта;
- определение цели;
- будущего направления;
- ценового диапазона;
- примерного комплекса дополнительных услуг, ориентированных на туристов из конкретной страны с учетом их менталитета.

Данная стадия изначально предполагает творческий процесс, требующий оригинальных, нестандартных подходов, использования возможностей искусственного интеллекта, а также личного опыта туроператора.

На втором этапе проводится анализ рынка и прорабатываются все возможные пути реализации сформированной на первой практической стадии идеи.

Третья стадия обуславливает нахождение и селекцию поставщиков и партнеров.

На четвертом этапе формируется сам турпродукт.

Заключительная, пятая стадия, представляет собой экспериментальную проверку, апробирование турпродукта, как правило, посредством специально организованной рекламы [Кусков, Джаладян, 2008; Мохова, Корнеев, 2008].

Рассматривая общие подходы к технологии организации турпродукта Е.Н. Рудской и Д.С. Ушакова [Ушаков, 2006], можно заметить то, что градация этапов и подход авторов несколько отличается друг от друга, хотя в конечном счете мы получаем одинаковый итоговый продукт – реализованный тур. Это позволяет нам в дальнейшем применять любой из предложенных подходов.

Таким образом, на основе анализа различных точек зрения исследователей нами осуществлено уточнение содержания основного понятия исследования «въездной туризм».

Это позволило дать определение и выявить оптимальное содержание основного анализируемого понятия.

Въездной туризм – это функциональная система, целью которой являются разработка, продвижение и реализация национального соответствующего продукта на зарубежных специализированных рынках, связанная с обслуживанием прибывающих иностранных гостей на территорию Российской Федерации.

Изучение нормативных документов и различных точек зрения исследователей позволило разработать последовательный алгоритм оптимальной реализации въездного туризма.

Доказал свою эффективность примененный нами в данном изыскании современный, полихотомический подход, благодаря которому удалось классифицировать различные точки зрения авторов по основной категории исследования и оптимальному алгоритму реализации туристических услуг.

### Заключение

В современном российском законодательстве термин «въездной туризм» определен в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» как «...туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации». При рассмотрении подходов к определению понятия со стороны ряда российских и зарубежных авторов было выявлено, что многие из них в своих трудах используют вышеуказанное определение.

При этом в ряде литературных источников можно встретить и несколько другие варианты интерпретации данного понятия.

Используя теоретические, практические и смешанные методы исследования удалось выявить оптимальное содержание основного анализируемого понятия, а также дать определение понятия «въездной туризм».

Помимо этого, в данной статье был представлен алгоритм практической реализации въездного туризма, на который можно опираться при формировании и реализации соответствующей услуги.

### Библиография

1. Бесперстова А.А., Зобова Е.В. Влияние эпидемиологической ситуации на въездной туризм в России // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2021. № 1 (53). С. 232-239.
2. Близнаевская В.С. Летняя подготовка лыжников-ориентировщиков: дис. ... канд. пед. наук. Красноярск, 1998. 133 с.
3. Близнаевский А.Ю. Стимулирующая система оценки физкультурно-оздоровительной деятельности муниципальных образований как фундамент ее развития в субъекте РФ // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2014. № 7 (113). С. 27-34.
4. Близнаевский А.Ю. и др. От краевых студенческих спортивных мероприятий до Всемирной универсиады в Красноярске // Теория и практика физической культуры. 2014. № 1. С. 45-48.
5. Борзов В.С. Въездной и выездной туризм в России как фактор развития экономики регионов // Современные проблемы географии. Межвузовский сборник научных трудов. Астрахань, 2021. С. 142-144.
6. Воскресенский В.Ю. Международный туризм. Инновационные стратегии развития. М.: Юнити-Дана, 2015. 161 с.
7. Всемирная туристская организация (UNWTO). URL: <http://www.unwto.or/>
8. Голунов С.В., Зотова М.В. Въездной туризм в постсоветских де-факто государствах // Известия Российской

- академии наук. Серия географическая. 2021. Т. 85. № 5. С. 699-713.
9. ГОСТ Р 50681-2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200083215>
  10. Калыгина Е.В. Въездной туризм. Организация эффективной структуры инкамингового туроператора. М.: КНОРУС, 2016. 104 с.
  11. Клочков В.П. Использование цифровых технологий в некоторых протестных движениях Германии, США, Франции // Актуальные вопросы научного знания. Курган, 2020. С. 84-89.
  12. Клочков В.П. и др. Дихотомии в учебниках гуманитарного цикла. Курган: Курганский государственный университет, 2021. 178 с.
  13. Клочков В.П. и др. Отдельные вопросы исследования искусственного интеллекта // Человек и его ценности в современном мире. 2020. С. 41-49.
  14. Кусков А.С. Джаладян Ю.А. Основы туризма. М.: КНОРУС, 2008. 400 с.
  15. Лантратов О.И. и др. Формализация бизнес-процесса «въездной туризм» в деятельности регионального туроператора // Вестник Южно-Российского государственного технического университета. Серия: Социально-экономические науки. 2020. № 1. С. 76-81.
  16. Мохова Ю.А., Корнеев С.Е. Туризм: перезагрузка. Как привлекать иностранных туристов в Россию. СПб.: Прогресс книга, 2008. 260 с.
  17. Муллер А.Б. и др. Физическая культура. М.: Юрайт, 2020. 424 с.
  18. Об основах туристкой деятельности в РФ: федер. закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ.
  19. Попова Л.В. Технологии въездного и выездного туризма. Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2012. 168 с.
  20. Рудская Е.Н., Скабарова А.А. Формирование индивидуальных туров: стратегия эволюции туристского бизнеса // Молодой ученый. 2015. № 24 (104). С. 574-580.
  21. Стратегия развития туризма в Российской Федерации в период до 2035 года: Распоряжение Правительства от 20.09.2019 г. № 2129-р.
  22. Трухачев А.В., Таранова И.В. Туризм. Введение в туризм. Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2013. 396 с.
  23. Ушаков Д.С. Технологии въездного туризма. Ростов-на-Дону: МарТ, 2006. 383 с.
  24. Цирульников В.В. Влияние политической ситуации в РФ на въездной туризм. Исторический аспект и современное состояние // Научная палитра. 2021. № 1 (31). URL: [http://culture.esrae.ru/pdf/2021/1\(31\)/1008.pdf](http://culture.esrae.ru/pdf/2021/1(31)/1008.pdf)
  25. Osipov A.Yu. et al. Contest coefficients of the elite judo athletes of Russia and Kyrgyzstan (less than 60 kg, 66 kg, 73 kg and 81 kg) from 2010 till 2015 // International Journal of Applied Exercise Physiology. 2018. Vol. 7. № 2. P. 32-45.

## Some features of inbound tourism in the Russian Federation

**Valentina S. Bliznevskaya**

Doctor of Pedagogy, Professor,  
Professor of the Department of Physical Education,  
Institute of Physical Culture, Sports and Tourism,  
Siberian Federal University,  
660028, 82, Svobodnyi ave., Krasnoyarsk, Russian Federation;  
e-mail: bliznevsky58@mail.ru

**Vladimir P. Klochkov**

Doctor of Pedagogy, Professor,  
Senior Researcher,  
Chelyabinsk State University,  
454001, 129, Brat'ev Kashirinykh str., Chelyabinsk Russian Federation;  
e-mail: klovlpav@mail.ru



**Anna V. Berlyakova**

PhD in Pedagogy,  
Associate Professor of the Department of Theoretical  
Foundations and Management of Physical Culture and Tourism,  
Institute of Physical Culture, Sports and Tourism,  
Siberian Federal University,  
660028, 82, Svobodnyi ave., Krasnoyarsk, Russian Federation;  
e-mail: aberlyakova@sfu-kras.ru

**Vasili A. Groshev**

PhD in Pedagogy,  
Deputy Director for Science, Innovation and International Cooperation,  
Associate Professor of the Department of Theoretical  
Foundations and Management of Physical Culture and Tourism,  
Institute of Physical Culture, Sports and Tourism,  
Siberian Federal University,  
660028, 82, Svobodnyi ave., Krasnoyarsk, Russian Federation;  
e-mail: vgroshev@sfu-kras.ru

**Svyatoslav V. Klochkov**

PhD in Physics and Mathematics,  
Associate Professor of the Department of Theoretical  
Foundations and Management of Physical Culture and Tourism,  
Institute of Physical Culture, Sports and Tourism,  
Siberian Federal University,  
660028, 82, Svobodnyi ave., Krasnoyarsk, Russian Federation;  
e-mail: therealarts@mail.ru

**Abstract**

The article is devoted to the study of the features of inbound tourism in Russia. The above area of activity is one of the significant socio-economic areas that shape the reputation of the country, its hospitality, as well as employment in this area. Many countries of the world are trying to attract foreign citizens as tourists to their territories, which provides them with an opportunity to use, first of all, the recreational effect. The activation of the above sphere of activity for the host country gives an additional impetus to the development of the economy, the creation of new jobs, the inflow of foreign currency, an increase in income and, as a result, an increase in the standard of living of the indigenous population. In recent years, much attention has also been paid to the development of tourism in the Russian Federation, which determines the relevance of the research topic. To date, the above-mentioned branch of the economy in Russia already exists, is being improved and has all the signs of a fairly developed field of activity. At the same time, due to the rather significant yet unused potential reserves, it is a rather complex object of analysis. This publication provides for the concept of inbound tourism clarification of its content. In addition, the article also provides the corresponding algorithm for the implementation of the above socio-economic phenomenon. Several

significant conclusions were obtained, reflecting the conceptual and terminological apparatus of research, as well as its subject-object and subject-subject indicators.

### For citation

Bliznevskaya V.S., Klochkov V.P., Berlyakova A.V., Groshev V.A., Klochkov S.V. (2022) Nekotorye osobennosti v"ezdnoogo turizma v Rossiiskoi Federatsii [Some features of inbound tourism in the Russian Federation]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 12 (4A), pp. 60-70. DOI: 10.34670/AR.2022.51.54.048

### Keywords

Inbound tourism, recreational tourism, sports tourism, branch of the economy, social sphere, algorithm, conceptual and terminological apparatus, clarification, theoretical, practical and mixed methods of research.

## References

1. Besperstova A.A., Zobova E.V. (2021) Vliyanie epidemiologicheskoi situatsii na v"ezdnoi turizm v Rossii [Influence of the epidemiological situation on inbound tourism in Russia]. *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika i upravlenie* [Bulletin of the Tver State University. Series: Economics and Management], 1 (53), pp. 232-239.
2. Bliznevskaya B.C. (1998) Letnyaya podgotovka lyzhnikov-orientirovshchikov. *Doct. Dis.* [Summer training of orienteering skiers. *Doct. Dis.*]. Krasnoyarsk.
3. Bliznevskii A.Yu. (2014) Stimuliruyushchaya sistema otsenki fizkul'turno-ozdorovitel'noi deyatel'nosti munitsipal'nykh obrazovaniy kak fundament ee razvitiya v sub"ekte RF [Stimulating system for assessing the health and fitness activities of municipalities as the foundation of its development in the subject of the Russian Federation]. *Uchenye zapiski universiteta im. P.F. Lesgafta* [News of Lesgaft University], 7 (113), pp. 27-34.
4. Bliznevskii A.Yu. et al. (2014) Ot kraevykh studencheskikh sportivnykh meropriyatii do Vsemirnoi universiady v Krasnoyarske [From regional student sports events to the World Universiade in Krasnoyarsk]. *Teoriya i praktika fizicheskoi kul'tury* [Theory and practice of physical culture], 1, pp. 45-48.
5. Borzov V.S. (2021) V"ezdnoi i vyezdnoi turizm v Rossii kak faktor razvitiya ekonomiki regionov [Inbound and outbound tourism in Russia as a factor in the development of the regional economy]. In: *Sovremennye problemy geografii. Mezhvuzovskii sbornik nauchnykh trudov* [Modern problems of geography. Interuniversity collection of scientific papers]. Astrakhan.
6. Golunov S.V., Zotova M.V. (2021) V"ezdnoi turizm v postsovetских de-fakto gosudarstvakh [Inbound tourism in post-Soviet de facto states]. *Izvestiya Rossiiskoi akademii nauk. Seriya geograficheskaya* [News of Russian Academy of Sciences. Geographic series], 85, 5, pp. 699-713.
7. GOST R 50681-2010. Turistskie uslugi. Proektirovanie turistskikh uslug [GOST R 50681-2010. Tourist services. Designing tourist services]. Available at: <http://docs.cntd.ru/document/1200083215> [Accessed 04/04/2022]
8. Kalygina E.V. (2016) V"ezdnoi turizm. Organizatsiya effektivnoi struktury inkamingovogo turopatora [Inbound tourism. Organization of an effective structure of an incoming tour operator]. Moscow: KNORUS Publ.
9. Klochkov V.P. et al. (2021) Dikhotomii v uchebnikakh gumanitarnogo tsikla [Dichotomies in the textbooks of the humanities cycle]. Kurgan: Kurgan State University.
10. Klochkov V.P. et al. (2020) Otdel'nye voprosy issledovaniya iskusstvennogo intellekta [Some issues of artificial intelligence research]. In: *Chelovek i ego tsennosti v sovremennom mire* [Person and their values in the modern world].
11. Klochkov V.P. (2020) Ispol'zovanie tsifrovyykh tekhnologii v nekotorykh protestnykh dvizheniyakh Germanii, SShA, Frantsii [The use of digital technologies in some protest movements in Germany, the USA, France]. In: *Aktual'nye voprosy nauchnogo znaniya* [Topical issues of scientific knowledge]. Kurgan.
12. Kuskov A.S. Dzhalyadyan Yu.A. (2008) *Osnovy turizma* [Fundamentals of tourism]. Moscow: KNORUS Publ.
13. Lantratov O.I. et al. (2020) Formalizatsiya biznes-protsessa «v"ezdnoi turizm» v deyatel'nosti regional'nogo turopatora [Formalization of the business process of inbound tourism in the activities of a regional tour operator]. *Vestnik Yuzhno-Rossiiskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Seriya: Sotsial'no-ekonomicheskie nauki* [Bulletin of the South Russian State Technical University. Series: Social and Economic Science], 1, pp. 76-81.
14. Mokhova Yu.A., Korneev S.E. (2008) *Turizm: perezagruzka. Kak privlekat' inostrannykh turistov v Rossiyu* [Tourism: Reloaded. How to attract foreign tourists to Russia]. St. Petersburg: Progress kniga Publ.
15. Muller A.B. (2020) *Fizicheskaya kul'tura* [Physical culture]. Moscow: Yurait Publ.

16. Ob osnovakh turistkoi deyatel'nosti v RF: feder. zakon ot 24.11.1996 № 132-FZ [On the basics of tourism activities in the Russian Federation: Feder. Law of November 24, 1996 No. 132-FZ].
17. Osipov A.Yu. et al. (2018) Contest coefficients of the elite judo athletes of Russia and Kyrgyzstan (less than 60 kg, 66 kg, 73 kg and 81 kg) from 2010 till 2015. *International Journal of Applied Exercise Physiology*, 7, 2, pp. 32-45.
18. Popova L.V. (2012) *Tekhnologii v"ezdno i vyezdno turizma* [Technologies of inbound and outbound tourism]. Tyumen: Tyumen State University Press.
19. Rudskaya E.N., Skabarova A.A. (2015) Formirovanie individual'nykh turov: strategiya evolyutsii turistskogo biznesa [Formation of individual tours: a strategy for the evolution of the tourist business]. *Molodoi uchenyi* [Young scientist], 24 (104), pp. 574-580.
20. Strategiya razvitiya turizma v Rossiiskoi Federatsii v period do 2035 goda: Rasporyazhenie Pravitel'stva ot 20.09.2019 g. № 2129-r [Strategy for the development of tourism in the Russian Federation in the period up to 2035: Government Decree dated September 20, 2019 No. 2129-r].
21. Trukhachev A.V., Taranova I.V. (2013) *Turizm. Vvedenie v turizm* [Tourism. Introduction to tourism]. Stavropol: Stavropol State Agrarian University.
22. Tsirul'nikov V.V. (2021) Vliyanie politicheskoi situatsii v RF na v"ezdnoi turizm. Istoricheskii aspekt i sovremennoe sostoyanie [Influence of the political situation in the Russian Federation on inbound tourism. Historical aspect and current state]. *Nauchnaya palitra* [Scientific palette], 1 (31). Available at: [http://culture.esrae.ru/pdf/2021/1\(31\)/1008.pdf](http://culture.esrae.ru/pdf/2021/1(31)/1008.pdf) [Accessed 04/04/2022]
23. Ushakov D.S. (2006) *Tekhnologii v"ezdno turizma* [Inbound tourism technologies]. Rostov-on-Don: MarT Publ.
24. Voskresenskii V.Yu. (2015) *Mezhdunarodnyi turizm. Innovatsionnye strategii razvitiya* [International tourism. Innovative development strategies]. Moscow: Yuniti-Dana Publ.
25. Vsemirnaya turistskaya organizatsiya (UNWTO) [World Tourism Organization (UNWTO)]. Available at: <http://www.unwto.or/> [Accessed 04/04/2022]