

Российский туризм в эпоху пандемии Covid-19: новые тренды

Е. И. Вострова[✉]

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, Москва, Россия

[✉]ev.vostrova@mail.ru

Введение. Эпоха пандемии Covid-19 оказала серьезное влияние на изменения в различных сферах нашего общества, а также предопределила трансформацию российской туристической отрасли. Цель работы заключается в определении новых трендов российского туризма в условиях пандемии Covid-19.

Методология и источники. В работе использованы метод выборочного наблюдения, метод прогнозирования, проведен социологический анализ трудов современных ученых Н. А. Восколович, И. В. Логунцовой, Б. М. Эйдельмана, О. А. Бунакова, Л. Р. Фахрутдиновой, В. Дурли и масштабного исследования компании «KPMG» на тему влияния пандемии на туристическую отрасль в России с участием 906 респондентов.

Результаты и обсуждение. Автор углубила понимание процесса деглобализации во взаимосвязи с российским туризмом во время пандемии. Пандемия ускоряет процесс деглобализации – мегатренда, который в обозримом будущем может стать стратегическим в сфере туризма. Этот опыт будет способствовать появлению и популяризации новых туристических трендов: увеличению спроса на путешествия недалеко от места проживания и в пределах страны, распространению цифровизации, персонализации туристических предложений, планированию путешествий с учетом безопасности и внимания к санитарно-эпидемиологической обстановке, возрастанию экотуризма и экскурсионного туризма, повышенному интересу к автопутешествиям, а также переориентации части туристов с гостиниц на краткосрочную аренду жилья.

Заключение. С футуристической точки зрения пандемия принесла большую пользу панораме событий, разворачивающейся на наших глазах. Пандемию, говоря футуристическим языком, можно причислить к «черному лебедю». Это явление глобального масштаба, которое обуславливает появление новых туристических трендов, а также формирует в представлениях общественности особое отношение к российскому туризму как действительно важной отрасли.

Ключевые слова: туризм, российский туризм, туристические тренды, пандемия Covid-19, деглобализация, футурология.

Для цитирования: Вострова Е. И. Российский туризм в эпоху пандемии Covid-19: новые тренды // ДИСКУРС. 2021. Т. 7, № 6. С. 74–82. DOI: 10.32603/2412-8562-2021-7-6-74-82

Конфликт интересов. О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.

Поступила 22.09.2021; принята после рецензирования 25.10.2021; опубликована онлайн 24.12.2021

© Вострова Е. И., 2021

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.



Russian Tourism in the Era of the Covid-19 Pandemic: New Trends

Evgeniia I. Vostrova✉

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

✉ev.vostrova@mail.ru

Introduction. The era of the Covid-19 pandemic has had a serious impact on changes in various areas of our society, and also predetermined the transformation of the Russian tourism industry. The purpose of the work is to identify new trends in Russian tourism in the context of the Covid-19 pandemic.

Methodology and sources. The study used the method of selective observation and the method of forecasting, carried out the sociological analysis of the works of modern scientists N.A. Voskolovich, I.V. Loguntsova, B.M. Eidelman, O.A. Bunakov, L.R. Fakhrutdinova, V. Durlly and the large-scale study of the impact of the pandemic on the tourism industry in Russia (906 respondents).

Results and discussion. The author has deepened his understanding of the process of de-globalization in relation to Russian tourism during a pandemic. The pandemic is accelerating de-globalization, the megatrend that could become strategic in tourism for the foreseeable future. This experience will contribute to the emergence and popularization of new tourism trends: the increase in the number of travel near the place of residence and within the country, the spread of digitalization, the personalization of travel offers, travel planning with safety in mind and attention to the sanitary and epidemiological situation, an increase in ecotourism and excursion tourism, an increase in the number of car trips, as well as the reorientation of some tourists from hotels to short-term rental housing.

Conclusion. From a futuristic perspective, the pandemic has greatly benefited the panorama of events unfolding before our eyes. The pandemic, speaking in futuristic terms, can be classified as a "black swan". This is the social experiment on a global scale, which determines the emergence of new tourism trends, and also forms in the eyes of the public the special attitude towards Russian tourism as a truly important industry.

Key words: tourism, Russian tourism, tourism trends, the Covid-19 pandemic, de-globalization, futurology.

For citation: Vostrova E. I. Russian Tourism in the Era of the Covid-19 Pandemic: New Trends. DISCOURSE. 2021, vol. 7, no. 6, pp. 74–82. DOI: 10.32603/2412-8562-2021-7-6-74-82 (Russia).

Conflict of interest. No conflicts of interest related to this publication were reported.

Received 22.09.2021; adopted after review 25.10.2021; published online 24.12.2021

Введение. Эпоха пандемии Covid-19 оказала серьезное влияние на изменения в различных сферах нашего общества, а также предопределила трансформацию мирового и российского туризма. В этот период у общества открылся новый взгляд на повседневное содержание нашей жизни, в которой живое человеческое общение и возможность свободно перемещаться приобрели особую ценность.

Президент России Владимир Путин отмечает необходимость форсирования развития внутреннего туризма и подчеркивает, что нужно «формировать привлекательные маршруты, открывать новые направления в стране, куда можно будет удобно добраться и интересно провести время» [1].

Деятельности и доходам индустрии путешествий и туризма нанесен масштабный ущерб, не имеющий прецедентов в истории. Пандемия ускоряет процесс деглобализации –

мегатренда, который в обозримом будущем может стать стратегическим в сфере туризма. Этот опыт будет способствовать увеличению количества путешествий вблизи места проживания и в пределах страны.

Цель работы – определить новые тренды российского туризма в условиях пандемии Covid-19.

Введенные туристические ограничения обозначили новые туристические тренды – ориентацию на внутренний туризм, цифровизацию, внимание к безопасным путешествиям и санитарно-эпидемиологической обстановке, рост популярности экотуризма и экскурсионного туризма, рост количества автопутешествий, переориентацию части туристов с гостиниц на краткосрочную аренду жилья. Большой популярностью будут пользоваться поездки на оздоровительные курорты, а также короткие автомобильные путешествия на выходные.

Кроме этого, в нашем обществе появилась боязнь перед большими скоплениями людей. Можно предположить, что массовый туризм будет становиться все более персонализированным, возрастет популярность экологического туризма, который и ранее обладал высоким потенциалом для прочного становления и развития в нашей стране [2].

Методология и источники. Туристическая отрасль страны вошла в список отраслей экономики, которые в большей степени пострадали от пандемии Covid-19 [3]. Отмечается, что в первые месяцы распространения инфекции спрос на все выездные направления уменьшился на 20–25 % [4]. Затем сократился практически до нулевого показателя, когда страны ввели ограничения на въезд.

Масштабное исследование на тему влияния пандемии Covid-19 на сферу туризма в Российской Федерации было проведено в декабре 2020 г. аудиторской компанией «КРМГ» [5]. В отчете компании представлены результаты онлайн-опроса, в ходе которого получены ответы от 906 респондентов – представителей различных сегментов индустрии туризма, а также выдержки из интервью с экспертами преимущественно из числа руководителей организаций туристического сектора.

В отчете [5] представлены два сценария полного восстановления туристической отрасли: умеренно оптимистический (согласно которому отрасль восстановится в 2022 г.) и консервативный (согласно которому возврат отрасли к докризисному состоянию произойдет не ранее 2023 г.).

Умеренно оптимистичный сценарий обусловлен предположением респондентов, что все ограничительные меры будут сняты, а эффект отложенного спроса на туристические поездки окажет благоприятное воздействие на восстановление деятельности отраслевых организаций.

Консервативный сценарий предполагает, что затраты на меры обеспечения безопасности путешествий сохранятся, а также необходимо время, чтобы наверстать убытки компаний за 2020 г. и выполнить обязательства по турам. Повлияет также «эффект переходного периода», когда возможно замедленное восстановление спроса после открытия границ и откладывание поездок за рубеж ввиду внимательного отношения к эпидемиологической обстановке. На фоне пандемической ситуации соблюдение всех рекомендаций безопасности – это необходимость и ответ на запросы потребителей.

К ключевым трендам развития российской туристической отрасли в отчете «KPMG» эксперты в условиях пандемической реальности относят цифровизацию и ориентацию на внутренний туризм.

Современное исследование по разработке социально-коммуникативной технологии повышения туристической региональной привлекательности России подтверждает важность поддержки цифровизации сегодня [6]. Усиленное рекламное сопровождение и проведение комплексной информационной кампании можно отнести к перечню ключевых составляющих для полноценного ускоренного восстановления туристической отрасли.

Пандемию можно назвать своего рода «объектовой тренировкой», в ходе которой была проведена проверка быстрого реагирования властных структур на решение безотлагательных проблем [7]. Разнообразные формы поддержки туризма внутри страны и вакцинация формируют определенные возможности для восстановления отрасли. Отмечается, что существующая инфраструктура гостиничной индустрии в большей мере сохранила свою работоспособность и открыта для новых туристических заездов [8]. Поддержка процесса цифровой трансформации региональных гостиничных сетей является важной составляющей для реабилитации и подъема отрасли.

Сегодня все чаще поднимается вопрос разработки российских территориальных брендов с целью устойчивого развития внутреннего туризма [9]. Можно предположить, что пандемия поднимет этот вопрос на новый уровень. Брендинг территорий способствует популяризации новых туристических маршрутов, и со временем эти маршруты могут стать центром притяжения как отечественных, так и зарубежных туристов.

Огромное давление массовых движений откроет новое положительное измерение туризма. Под этим подразумеваются развитие внимания и туристический поток к местам, которые до сих пор были вне внимания туристов. То, что в прошлом считалось непривлекательным и лишенным статуса известного и популярного места, станет интересным. Это напрямую связано с мегатрендом – деглобализацией.

Результаты и обсуждение. Пандемия ускоряет процесс деглобализации – мегатренда, который в обозримом будущем может стать стратегическим в сфере туризма. Говоря о деглобализации, мы имеем дело с искренним желанием восстановить, защитить и укрепить местную самобытность. Это вызвало ряд положительных и негативных последствий.

В данном контексте отметим программу туристического кэшбека, реализованную правительством России для стимулирования внутренних туристических поездок [10]. В рамках программы наиболее посещаемыми местами стали Краснодарский край, Крым и Ставрополье. Также, несмотря на ограничительные меры, гражданам были рекомендованы к посещению новые внутренние маршруты, которые начали пользоваться спросом. Это чартерные рейсы из Москвы и Санкт-Петербурга на Алтай и в Хакасию, рейсы в Бурятию с дальнейшим трансфером туристов на Байкал, а также в курортные города на Балтийском море – Зеленоградск, Светлогорск и Янтарный. В ходе реализации программы на втором этапе наблюдался повышенный спрос на короткие поездки.

Деглобализация укрепляет местную самобытность в плане открытия туристами для себя местных традиций. Особенно это касается более опытных путешественников, которые по достоинству оценят и насладятся любым истинно местным блюдом, а также городскими и сельскими пейзажами. Деглобализация возрождает историю места. Это чистый и подлинный опыт для туриста.

Углубленно изучив возможные эпифеноменальные последствия влияния деглобализации на туризм [11], автор определила следующие силы, управляющие этой инверсией и вызывающие большие «изменения» в рамках протекания мегатренда для российского туризма:

– давление овертуризма на популярные направления (овертуризм, или чрезмерный туризм, сегодня зачастую применяется для интерпретации негативных последствий массового туризма);

– деятельность политиков, направленная на поиск решений остановить и обратить вспять естественную депопуляцию земель и периферийных деревень путем восстановления территории (например, «Дом за рубль» – серия программ по сохранению архитектурных памятников в разных городах России);

– стремление поколений коренных жителей различных регионов, которые знакомы с известными туристическими направлениями, к новым исследованиям за пределами привычного места.

Деглобализация способствует наступлению новой эпохи, отмеченной среди прочего возрождающимся социальным активизмом. После десятилетий глобализационных процессов совокупность факторов привела общество к новому уровню осведомленности, несогласию и, в конечном итоге, реакции.

Деглобализация в основном проявляется в глубоких асимметриях и искажениях, которые вызваны эпохой глобализации. Начались поиски «нового порядка». Сегодня все можно раскрыть и документировать во всем мире за долю секунды. Интернет и цифровизация могут трансформироваться в мощный глобальный инструмент, способный оказывать прямое и целенаправленное давление для продвижения чего-либо в мировом масштабе.

Постепенная переориентация мировой системы на деглобализацию в ходе пандемии может способствовать появлению и популяризации новых туристических трендов.

Основным всемирным и российским трендом стала ориентация потребителей в 2020–2021 гг. в большей степени на отдых в своей собственной стране. Внутренний туризм на фоне пандемии пережил небывалый подъем.

Активным спросом пользовались пляжный, экскурсионный, культурно-познавательный туризм и экотуризм [12]. Значительная часть граждан предпочла спланировать свой отдых в соседних регионах. В этот период приобрели большую популярность туры выходного дня – краткосрочные поездки на один, два или три дня.

С лета 2020 г. люди начали все чаще отправляться в поездки на автомобиле, в целом потому, что в условиях пандемии этот вариант действительно безопасней, нежели путешествие на поезде или самолете [13]. Можно предположить, что формат коротких автомобильных путешествий на выходные приобретет еще большую популярность.

Расширение границ цифровизации в период пандемии также можно отнести к новым трендам. Онлайн-каналы бронирования туров укрепили свои позиции, и можно предположить, что существенному росту продаж туров способствовал выход на взаимодействие в мобильных приложениях и мессенджерах, и поэтому организации, не имеющие собственных приложений и каналов, будут терять позиции на рынке.

Туристы при планировании путешествия начали внимательно относиться к санитарно-эпидемиологической обстановке. В этом контексте туристы и дальше будут выбирать

отдых и туры, которые соответствуют нормам и предписаниям условий пандемии. Туристским организациям нужно учитывать данные предпочтения и разрабатывать персонализированные туристические предложения.

Также можно выделить еще один необычный тренд: произошла переориентация части туристов с гостиниц на краткосрочную аренду жилья [14]. Видимо, потому, что многие отели и гостиницы были закрыты из-за ограничительных мер, и возрос спрос на аренду.

Растущий интерес к внутреннему туризму вызван в большей степени внешними факторами, в том числе пандемией. Для закрепления этого опыта у россиян представляется необходимым сформировать стабильное и позитивное мнение о путешествиях на территории страны; направить силы на развитие инфраструктуры, совершенствование сервисов и популяризацию новых туристических направлений. Большими перспективами сегодня обладает экотуризм. Природное разнообразие – наше главное богатство. На территории России расположены уникальные природные объекты для создания новых туристических маршрутов: горы и леса, моря и озера, реки, гейзеры, вулканы.

Автор определила семь трендов российского туризма, сформировавшихся в эпоху пандемии Covid-19:

1. Усиление интереса к отечественным туристическим местам.
2. Внедрение цифровизации в туристическую российскую отрасль.
3. Персонализация туристических предложений.
4. Планирование путешествий с учетом требований безопасности и внимания к санитарно-эпидемиологической обстановке.
5. Возрастание популярности экотуризма и экскурсионного туризма.
6. Повышенный интерес к автомобильному туризму.
7. Переориентация части туристов с гостиниц на краткосрочную аренду жилья.

Таким образом, процесс деглобализации рассмотрен во взаимосвязи с российским туризмом во время пандемии и определены новые тренды развития туристической индустрии в настоящее время. Стоит отметить, что представленный список включает указанные тренды, но не ограничивается только ими.

Эпоха пандемии Covid-19, несомненно, ускорила процесс деглобализации, и этот опыт будет способствовать еще большему спросу на путешествия недалеко от места проживания и в пределах страны и, возможно, появлению новых трендов, о которых мы узнаем в ближайшем будущем.

Заключение. Деятельности и доходам индустрии путешествий и гостеприимства нанесен масштабный и не имеющий прецедентов ущерб. Индустрия туризма неотъемлемо связана с новым мегатрендом – деглобализацией. Пандемию, говоря футуристическим языком, можно именовать «черным лебедем» [15]. «Черный лебедь» – это очень маловероятное событие, которое несет глубокие и обширные последствия, влияющие на несколько измерений в глобальном масштабе.

Однако именно в этом сложном контексте российская туристическая отрасль приобретает свои новые форматы и тренды. Цифровизация сделает наш поиск информации о способах проведения отпуска еще более простым и быстрым, позволит нам взаимодействовать со всеведущим облаком знаний, используя только голос, и проявит себя в различных вариациях. Ориентация на внутренний туризм призывает все заинтересованные стороны собраться вместе, чтобы внести свой вклад в развитие территорий.

У российского туризма светлое будущее. Туризм привлекает национальными богатствами, сохраняет культурное наследие и укрепляет самобытность и традиции, а также вносит вклад во внутренний валовый продукт страны. Российский туризм будет расти в представлениях общественности как действительно очень важная отрасль.

С футуристической точки зрения пандемия принесла большую пользу панораме событий, разворачивающейся на наших глазах. Это явление глобального масштаба, которое обуславливает появление новых туристических трендов, а также формирует в глазах общественности особое отношение к российскому туризму как действительно важной отрасли. Эпоха пандемии Covid-19 проверяет нас во множестве вариаций поведения и раскрывает «культурную ДНК нации», характер людей, утверждая, что общественное здоровье превыше прибыли.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Путин поручил форсировать развитие внутреннего туризма // ТАСС. 2020. URL: <https://tass.ru/obshchestvo/8418713> (дата обращения: 07.09.2021).
2. Логунцова И. В. Индустрия туризма в условиях пандемии коронавируса: вызовы и перспективы // Государственное управление. Электронный вестн. 2020. № 80. С. 49–65. DOI: 10.24411/2070-1381-2020-10063.
3. Определен перечень наиболее пострадавших от коронавируса отраслей экономики // ФНС. 2020. URL: https://www.nalog.ru/rn77/news/activities_fts/9704633/ (дата обращения: 07.09.2021).
4. Ключевская Н. Туризм-2020 и COVID-19: туристическая отрасль в условиях пандемии и после нее // Гарант.ру. 27.05.2020. URL: <https://www.garant.ru/article/1376805/> (дата обращения: 07.09.2021).
5. Влияние пандемии COVID-19 на сферу туризма в РФ: текущая ситуация и перспективы восстановления // KPMG. Результаты опроса участников рынка. Декабрь 2020. URL: <https://ru.investinrussia.com/data/files/sectors/ru-ru-tourism-in-russia-current.pdf> (дата обращения: 07.09.2021).
6. Вострова Е. И. Социально-коммуникативная технология повышения туристической привлекательности регионов России (на примере туристических передач и рекламы на телевидении) // Государственное управление. Электронный вестн. 2021. № 87. С. 72–82. DOI: 10.24412/2070-1381-2021-87-72-82.
7. Пандемия covid-19: конец привычного мира? / А. В. Абрамов, В. Э. Багдасарян, С. О. Бышок и др. // Вестн. Моск. гос. обл. ун-та. 2020. № 2. URL: www.evestnik-mgou.ru. DOI: 10.18384/2224-0209-2020-2-1001.
8. Восколович Н. А. Формирование современного гостиничного хозяйства как основы индустрии туризма // Государственное управление. Электронный вестн. 2021. № 85. С. 69–83. DOI: 10.24412/2070-1381-2021-85-69-83.
9. Эйдельман Б. М., Бунаков О. А., Фахрутдинова Л. Р. Разработка российских территориальных брендов как фактор устойчивого развития внутреннего туризма // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2017. № 3-1 (32). С. 192–195.
10. Внутренний туризм для россиян подорожал // Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации. 2020. URL: <https://ac.gov.ru/news/page/vnutrennij-turizm-dla-rossian-podorozal-26810> (дата обращения: 07.09.2021).
11. Doorly V. B. Megatrends Defining the Future of Tourism: A Journey Within the Journey in 12 Universal Truths. Cham: Springer Nature Switzerland AG, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-48626-6>.
12. Роман Бобылев, член Общественного совета Ростуризма, об итогах летнего турсезона // Российская газ. 2020. URL: <https://rg.ru/2020/10/18/bobylev-vnutrennij-turizm-na-fone-pandemii-perezhil-nebyvalyj-podem.html> (дата обращения: 07.09.2021).

13. В России нарастает волна автотуризма // Российская газ. 2020. URL: <https://rg.ru/2020/07/22/v-rossii-narastaet-volna-avtoturizma.html> (дата обращения: 07.09.2021).

14. Спрос на туристическую аренду жилья в России летом втрое превысил предложение // Интерфакс.туризм. 2020. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/73420/> (дата обращения: 07.09.2021).

15. Taleb N. "The Black Swan: Second Edition: The Impact of the Highly Improbable: With a new section: "On Robustness and Fragility". NY: Random House Publishing Group, 2010.

Информация об авторе.

Вострова Евгения Игоревна – аспирант кафедры социологии управления факультета государственного управления Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова, Ленинские горы, д. 1, Москва, 119991, Россия. Автор 1 научной публикации. Сфера научных интересов: социология управления, социология туризма, социальные технологии. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6709-6233>. E-mail: ev.vostrova@mail.ru

REFERENCES

1. Putin instructed to expedite the development of domestic tourism (2020), TASS, available at: <https://tass.ru/obshchestvo/8418713> (accessed 07.09.2021).

2. Loguntsova, I.V. (2020), "Touristic Industry in the time of Coronavirus Pandemic: Challenges and Perspectives", *E-J. Public Administration*, no. 80, pp. 49–65. DOI: 10.24411/2070-1381-2020-10063.

3. The list of sectors of the economy most affected by the coronavirus has been identified (2020), *Federal Tax Service of Russia*, available at: https://www.nalog.ru/rn77/news/activities_fts/9704633/ (accessed 07.09.2021).

4. Klyuchevskaya, N. (2020), "Tourism 2020 and COVID-19: tourism in and after the pandemic", *Garant.ru*, May 27, 2020, available at: <https://www.garant.ru/article/1376805/> (accessed 07.09.2021).

5. "Impact of the COVID-19 Pandemic on Tourism of Russia: current situation and recovery prospects (2020)", *KPMG, Rezul'taty oprosa uchastnikov rynka* [KPMG. Market Participants Survey Results], Dec. 2020, available at: <https://ru.investinrussia.com/data/files/sectors/ru-ru-tourism-in-russia-current.pdf> (accessed 07.09.2021).

6. Vostrova, E.I. (2021), "Socio-Communicative Technologies Increasing Tourist Attractiveness of the Russian Regions (on the Example of Tourist Programs and Advertising on Television)", *E-J. Public Administration*, no. 87, pp. 72–82. DOI: 10.24412/2070-1381-2021-87-72-82.

7. Abramov, A.V., Bagdasaryan, V.E., Byshok, S.O. et al. (2020), "Pandemia COVID-19: The end of the familiar world?", *Bulletin of Moscow State Region Univ.*, no. 2, available at: www.evestnik-mgou.ru. DOI: 10.18384/2224-0209-2020-2-1001.

8. Voskolovich, N.A. (2021), "Modern Hotel Industry Formation as the Basis of Tourism Industry", *E-J. Public Administration*, no. 85, pp. 69–83. DOI: 10.24412/2070-1381-2021-85-69-83.

9. Ejdel'man, B.M., Bunakov, O.A. and Fahrutdinova, L.R. (2017), "Development of Russian territorial brands as a factor in the sustainable development of domestic tourism", *Competitiveness in the Global World: Economics, Science, Technologies*, no. 3-1 (32), pp. 192–195.

10. Domestic tourism for Russians has risen in price (2020), *Analytical Center for the Government of the Russian Federation*, available at: <https://ac.gov.ru/news/page/vnutrennij-turizm-dla-rossian-podorozal-26810> (accessed 07.09.2021).

11. Doorly, V.B. (2020), *Megatrends Defining the Future of Tourism: A Journey Within the Journey in 12 Universal Truths*, Springer Nature Switzerland AG, Cham, CHE, DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-48626-6>.

12. Roman Bobylev, member of the Public Council of Rostourism talks about the results of the summer tourist season (2020), *Rossiyskaya gazeta* [Russian newspaper], available at: <https://rg.ru/2020/10/18/bobylev-vnutrennij-turizm-na-fone-pandemii-perezhil-nebyvalyj-podem.htm> (accessed 07.09.2021).

13. A wave of auto tourism is growing in Russia (2020), *Rossijskaya gazeta* [Russian newspaper], available at: <https://rg.ru/2020/07/22/v-rossii-narastaet-volna-avtoturizma.html> (accessed 07.09.2021).

14. Demand for tourist rental housing in Russia in summer three times exceeded supply (2020), *INTERFAKS.turizm*, available at: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/73420/> (accessed 07.09.2021).

15. Taleb, N. (2010), *The Black Swan: Second Edition: The Impact of the Highly Improbable: With a new section: "On Robustness and Fragility"*, Random House Publishing Group, NY, USA.

Information about the author.

Evgeniia I. Vostrova – Postgraduate at the Department of Sociology of Management, School of Public Administration, Lomonosov Moscow State University, 1 Leninskie Gory, Moscow 119991, Russia. The author of 1 scientific publication. Area of expertise: sociology of management, sociology of tourism, social technologies. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6709-6233>. E-mail: ev.vostrova@mail.ru