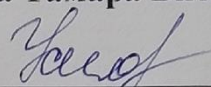


**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
«Вологодский научный центр Российской академии наук»

«Допустить к защите»
Руководитель программы
магистратуры, д.э.н., профессор
Ускова Тамара Витальевна


(подпись)

« 17 » 06 2024 г.

Выпускная квалификационная работа

Направление подготовки 38.04.01 Экономика
профиль программы магистратуры
«Региональная экономика и развитие территорий»

**Стимулирование потребления туристских услуг
в регионе**

Выполнил магистрант:
Кудревич Арина Юрьевна


(подпись)

« 17 » июня 2024 г.

Научный руководитель:
Зав. лабораторией, с.н.с. к.э.н.,
**Леонидова Екатерина
Георгиевна**


(подпись)

« 17 » июня 2024 г.

Вологда 2024

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ	8
1.1 Роль туризма в социально-экономическом развитии страны и ее регионов	8
1.2 Сущность и факторы потребления туристских услуг	15
1.3 Систематизация зарубежного и отечественного опыта стимулирования туристского потребления	24
ГЛАВА 2 ТЕНДЕНЦИИ ПОТРЕБЛЕНИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ.....	30
2.1 Анализ потребления населением туристских услуг в регионе	30
2.2 Транспортная доступность территорий, как фактор, сдерживающий потребление туристских услуг в регионе	42
ГЛАВА 3 ПОВЫШЕНИЕ ТРАНСПОРТНОЙ ДОСТУПНОСТИ КАК ФАКТОРА РОСТА ПОТРЕБЛЕНИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ НАСЕЛЕНИЕМ	54
3.1 Разработка методического инструментария оценки доступности туристских услуг	54
3.2 Оценка транспортной доступности туристских услуг Вологодской области	59
3.3 Определение стратегических приоритетов развития автотуризма, как драйвера роста уровня транспортной доступности туристских услуг в регионе	71
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	80
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	83
ПРИЛОЖЕНИЕ А	90
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	92

ВВЕДЕНИЕ

В условиях экономического системного кризиса и дестабилизации внешней среды экономика Российской Федерации и ее регионов испытывает структурные ограничения, которые связаны с ее несбалансированностью. Результатом такого положения дел является сокращение внутреннего потребительского спроса, наполовину формирующего валовой внутренний продукт страны. Это актуализирует проблему поиска направлений, способных в современных экономических условиях устранить структурные диспропорции и обеспечить экономический рост. В новой модели экономического развития российской экономики, разработанной Правительством РФ¹ до 2030 года, основой экономического роста провозглашается развитие внутреннего рынка. В числе отраслевых драйверов роста назван туризм. Имея высокий мультипликативный эффект, он способен стимулировать внутреннее потребление товаров и услуг, формируя образование доходов в смежных отраслях экономики, что повышает устойчивость социально-экономической системы региона. Туристская индустрия также является одним из наиболее устойчивых секторов экономики, характеризующаяся высокой степенью адаптации к влиянию внешних факторов.

Согласно целям реализуемого национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», к 2030 году предполагается двукратный рост внутренних поездок, увеличение количества рабочих мест в отрасли до 5 млн, увеличение экспорта туристских услуг в 2 раза². В настоящее время туризм развит по территории страны неравномерно. Одним из факторов, ограничивающих потребление туристских услуг в регионах, является слабая доступность для населения объектов туристского притяжения, обусловленная как низким уровнем доходов населения, так и неразвитостью туристской инфраструктуры. Помимо величины стоимости поездки, она определяется

¹ Внутренний туризм должен стать одним из основных драйверов экономического роста России. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/91265/> (дата обращения: 23.11.2022)

² О национальном проекте // Ростуризм. Официальный сайт. URL: <https://tourism.gov.ru/deyatelnost/otnatsproekte/> (дата обращения: 23.11.2022).

значительными расстояниями, что требует развития транспортной сети и ее инфраструктурной обеспеченности.

Известно, что туристами в силу удобства и дешевизны весьма востребованы автоперевозки, которые предполагают передвижение на автомобилях или автобусах. Согласно опросам общественного мнения, гибкость и свобода передвижения (49%), экономия денежных средств (27%), комфорт (22%) – основные преимущества автотуризма³. По итогам социологического опроса чаще всего совершают туристские поездки на автомобиле жители Северо-Западного федерального округа, но в то же время они выражают недовольство уровнем транспортной доступности придорожной инфраструктуры⁴, что подтверждает актуальность исследования. Вологодская область, входящая в состав округа, является перспективным регионом для развития автотуризма. За пределами области она известна туристским проектом «Великий Устюг – родина Деда Мороза», реализацией межрегионального историко-культурного и туристского проекта «Серебряное ожерелье России». В тоже время многие перспективные территории региона не задействованы в туристской деятельности, что говорит о неравномерном развитии туризма. Одним из факторов, ограничивающих потребление туристских услуг в регионе, является слабая доступность для населения объектов туристского притяжения, обусловленная как низким уровнем доходов населения, так и неразвитостью туристской инфраструктуры. Это обуславливает необходимость в разработке мер по использованию имеющегося туристского потенциала перспективных регионов, что повысит объем внутреннего потребления.

Целью работы является разработка направлений, способствующих росту потребления туристских услуг в Вологодской области.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

³ Автотуризм в России: возможности и проблемы. ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/avtoturizm-v-rossii-vozmozhnosti-i-problemy>

⁴ Автотуризм в России: возможности и проблемы. ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/avtoturizm-v-rossii-vozmozhnosti-i-problemy>

1. Определить роль туризма в социально-экономическом развитии страны и регионов, сущность и особенности потребления туристских услуг;
2. Проанализировать тенденции потребления туристских услуг в Вологодской области;
3. Разработать меры для повышения транспортной доступности в регионе, способствующих росту потребления туристских услуг.

Объектом исследования выступает туристское потребление как категория, показывающая спрос населения на туристские услуги, предметом – транспортная доступность туристских услуг как фактор роста потребления.

Информационная база исследования включает в себя научные публикации отечественных и зарубежных авторов, затрагивающие проблематику исследования, нормативно-справочные и правовые материалы, официальные статистические данные.

Положения научной новизны исследования:

1. Определены сущность и особенности туристского потребления, выявлены основные группы факторов, определяющих объем потребления туристских услуг. Систематизирован зарубежный и отечественный опыт стимулирования туристского потребления.

2. Проанализирован объем потребления туристских услуг в Вологодской области в сравнении с регионами Северо-Запада, а также в срезе муниципальных образований субъекта. Проведен картографический анализ, позволивший выявить барьеры, сдерживающие потребление туристских услуг в регионе.

3. Разработан и апробирован методический инструментарий оценки транспортной доступности туристских объектов и услуг. На основе разработанного подхода проведена оценка транспортной доступности туристских услуг в Вологодской области. Согласно методологии стратегирования В. Л. Квинта, определены стратегические приоритеты развития автомобильного туризма. Оценены эффекты для экономики от

роста внутреннего потребления при реализации одного из стратегических приоритетов.

Исследование обозначенной проблематики в магистерской диссертации основывалось на применении системного подхода. Изучение теоретико-методологических основ туристского потребления опиралось на общенаучные методы исследования: анализ, синтез, обобщение и сравнение. При работе над аналитической частью исследования были использованы методы статистического и сравнительного анализа, геоинформационного моделирования. Разработка рекомендаций, стимулирующих потребление туристских услуг, опиралась на методы OTSW-анализа и межотраслевого баланса. Результаты исследования представлены в табличном и картографическом форматах.

В первой части работы автором показана роль туризма в социально-экономическом развитии страны и региона, которая заключается в создании новых инфраструктурных объектов и рабочих мест, активизации потребления за счет роста доходов населения, развитию до 53 смежных отраслей экономики по причине высокого мультипликативного эффекта сферы туризма, а также в восполнении человеческих ресурсов и повышении производительности труда. На основе анализа отечественных и зарубежных исследований было выявлено 4 группы факторов, определяющих структуру и объемы потребления туристских услуг: доходные, социально-демографические, социокультурные и географические. Систематизирован зарубежный и отечественный опыт стимулирования туристского потребления. Было выявлено, что особое внимание государства уделяли развитию транспортной инфраструктуры, способствующей увеличению мобильности населения и росту краткосрочных поездок, а также путешествий на дальние расстояния, ранее сдерживаемые транспортной недоступностью регионов.

Во второй части работы был проведен анализ потребления туристских услуг в Вологодской области. Сделан вывод о развитии туризма в регионе,

выраженного в росте турпотока, потребления туруслуг и расширении гостиничного сектора. Однако анализ также показал диспропорции в потреблении туристских услуг в муниципальных образованиях Вологодской области, неравномерность распределения коллективных средств размещения в пространстве. Одна из причин, ограничивающая спрос на туристические услуги в Вологодской области, связана с недостаточной транспортной доступностью туристских объектов, выраженной в высокой доле некачественных дорог и нехваткой объектов придорожного сервиса.

В заключительной части работы был проведен анализ отечественных и зарубежных подходов к оценке транспортной доступности объектов, по результатам которого был предложен авторский методический инструментарий на основе геоинформационного моделирования. На основе данного инструментария проведена оценка транспортной доступности туристских услуг в Вологодской области по показателям расстояния, времени и качества дорожного полотна на основных линиях маршрута. Результаты показали, что транспортная доступность коллективных средств размещения, предприятий питания и туристских объектов в пределах большинства муниципалитетов ограничена некачественным дорожным покрытием, по причине которого увеличиваются временные издержки на путешествие. Но придорожный характер размещения объектов исследования в пространстве может поспособствовать развитию промежуточных точек притяжения туристов на основных линиях маршрутов. Используя методологию стратегирования В. Л. Квинта, определены три стратегических приоритета развития туризма. Оценены эффекты для экономики от роста внутреннего потребления при реализации приоритета «Развитие придорожной инфраструктуры на основных маршрутах».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Внутренний туризм в муниципальных образованиях СЗФО: статистические оценки и влияние пандемии COVID-19 / И.А. Иванов, Т.В. Васильева, И.Н. Красильникова, А.Г. Манаков // Известия Русского географического общества. – 2022. – Т. 26. – № 5-6. – С. 59-72. – DOI: 10.31857/S0869607122050044
2. Гатауллина, С.Ю. О состоянии методического обеспечения оценки экономической эффективности туристской деятельности в регионе / С.Ю. Гатауллина, А.В. Топчий // Науковедение : интернет-журнал. – 2014. – С. 1-9.
3. Донскова, Л.И. Состояние внутреннего туризма в России в современный период: количественный и качественный анализ / Л.И. Донскова, А.Л. Баранников, М.Ю. Маковецкий // Вестник академии знаний. – 2022. – № 52 (5). – С. 127-136.
4. Квинт, В.Л. Концепция стратегирования : в 2-х т. / В. Л. Квинт. – Санкт-Петербург : ИПЦ СЗИУ РАНХиГС, 2019. – Том 1. – 132 с.
5. Квинт, В.Л. Разработка стратегии: мониторинг и прогнозирование внутренней и внешней среды. / В. Л. Квинт // Управленческое консультирование. – 2015. – № 7. – С. 6-11.
6. Квинт, В.Л. Стратегическое управление и экономика / В.Л. Квинт. – Москва : Бизнес Атлас, 2012. – 626 с.
7. Кондратьева, С.В. Развитие туризма в регионах Европейского Севера / С.В. Кондратьева // Арктика и Север. – 2022. – № 47. – С. 164-187. – DOI: 10.37482/issn2221-2698.2022.47.16
8. Кудревич, А.Ю. Пространственный анализ транспортной доступности объектов туристской инфраструктуры Вологодской области / А.Ю. Кудревич // Экономика. Социология. Право. – 2023. – № 3(31). – С. 32-43. – DOI: 10.22281/2542-1697-2023-02-03-32-43
9. Леонидова, Е. Г. Развитие региона на основе активизации внутренних факторов / Е. Г. Леонидова // Уровень жизни населения регионов России. – 2020. – Т. 16 – № 3. – С. 70-81. – DOI: 10.19181/lspr.2020.16.3.6.
10. Леонидова, Е. Г. Стимулирование развития внутреннего туризма: отечественный и зарубежный опыт / Е. Г. Леонидова // Вопросы территориального развития. – 2016. – № 3(33). – С. 2.
11. Леонидова, Е.Г. Оценка временной доступности придорожного сервиса в регионе в контексте роста потребления туристских услуг / Е.Г. Леонидова, А.Ю. Кудревич // Проблемы развития территории. – 2022. – Т. 26. – № 5. – С. 39-56. – DOI: 10.15838/ptd.2022.5.121.4
12. Леонидова, Е.Г. Проблемы управления и развития сферы внутреннего туризма / Е.Г. Леонидова // Проблемы развития территории. – 2018. – № 6 (98). – С. 64-73. – DOI: 10.15838/ptd.2018.6.98.4
13. Леонидова, Е.Г. Туризм в России в условиях COVID-19: оценка экономического эффекта от стимулирования спроса для страны и регионов / Е.Г. Леонидова // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2021. – Т. 14. – № 2. – С. 59-74. – DOI: 10.15838/esc.2021.2.74.4
14. Морошкина, М.В. Региональная доступность как фактор развития туристского направления / М.В. Морошкина, С.В. Кондратьева // Регионология. – 2021. – Т. 29. – № 1. – С. 60-81. – DOI: 10.15507/2413-1407.114.029.202101.060-081
15. Морошкина, М.В. Туристский рынок как фактор привлекательности территории: сравнительный анализ России и Финляндии / М.В. Морошкина // Экономические отношения. – 2018. – Т. 8. – № 4. – С. 521-538. – DOI: 10.18334/eo.8.4.39464
16. Орлова, В.С. Потенциал сферы туризма и рекреации Европейского Севера: оценка и направления развития в условиях освоения Арктики / В.С. Орлова //

- Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2021. – Т. 14. – № 1. – С. 141-153. – DOI: 10.15838/esc.2021.1.73.10
17. Орлова, В.С. Туристский потенциал Вологодской области / В.С. Орлова, Е.Г. Леонидова // Проблемы развития территории. – 2011. – № 4(56). – С. 51-57.
18. Павлюк, Я.В. Особенности геоинформационного моделирования туристско-рекреационного потенциала (на примере Белгородской области) / Я.В. Павлюк, А.С. Алейников // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2019. – Т. 5. – № 2. – С. 26-45. – DOI: 10.18413/2408-9338-2019-5-2-0-4
19. Потапов, И.А. Методические подходы к анализу транспортно-географического положения рекреационных объектов (на примере Архангельской области) / И.А. Потапов // Сервис в России и за рубежом. – 2016. – Т. 10. – № 4 (65). – С. 43-55 – DOI: 10.12737/20182
20. Сафиуллин, М.Р. Придорожный сервис региона как условие развития внутреннего туризма (на примере Республики Башкортостан) / М.Р. Сафиуллин // Геополитика и экогеодинамика регионов. – 2021. – Т. 7. – № 1. – С. 170-174. – DOI: 10.37279/2309-7663-2021-7-1-170-174
21. Саффиулин, Р.Г. Развитие и пространственное размещение объектов туристско-рекреационного хозяйства региона / Р.Г. Саффиулин, Д.С. Чернуха // Успехи современного естествознания. – 2018. – № 2. – С. 134-139.
22. Симонян, Г.А. Стратегические цели и задачи развития внутреннего туризма в новых условиях / Г.А. Симонян, А.А. Сарян // Современная научная мысль. – 2022. – № 6. – С. 266-273. – DOI: 10.24412/2308-264X-2022-6-273-277
23. Транспортная доступность как индикатор развития региона / П.А. Лавриненко, А.А. Ромашина, П.С. Степанов, П.А. Чистяков // Проблемы прогнозирования. – 2019. – № 6(177). – С. 136-146.
24. Ускова, Т.В. Социально-экономический ресурс туризма : монография / Т.В. Ускова, Л.В. Дубиничева, В.С. Орлова. – Вологда : ИСЭРТ РАН, 2011. – 182 с.
25. Цветков, А.Ю. Логистические основы развития арктического туризма в России / А.Ю. Цветков // Арктика и Север. – 2022. – № 46. – С. 190-204. – DOI: 10.37482/issn2221-2698.2022.46.190
26. Шелег, Н.С. Экономико-географическая оценка потенциала объектов придорожного сервиса на магистральных автомобильных дорогах Республики Беларусь / Н.С. Шелег, Д.П. Коротыш // Весці БДПУ. – 2020. – Т. 3. – № 1. – С. 62–68.
27. Яковчук, А.А. Проблемы развития туристской отрасли в регионах Арктической зоны Российской Федерации / А.А. Яковчук // Арктика и Север. – 2020. – № 38. – С. 56-72. – DOI: 10.37482/issn2221-2698.2020.38.5656
28. Якунин, П.Н. Оценивание транспортной доступности для целей организации предпринимательской деятельности по доставке туристов в удаленные дестинации / П.Н. Якунин // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – 2011. – Т. 6. – № 4. – С. 160-170.
29. Aguiló Perez, E. Tourist expenditure for mass tourism markets. / E. Aguiló Perez, S.C. Juaneda // Annals of Tourism Research. – 2000. – № 27(3) – P. 624-637. – DOI: 10.1016/s0160-7383(99)00101-2
30. Ajzen, I. Constructing a TPB Questionnaire. / I. Ajzen – 2006. – URL: <https://people.umass.edu/ajzen/tpb.html>. (дата обращения: 20.10.2022).
31. Alegre, J. Micro-economic determinants of the probability of tourism consumption. / J. Alegre, L.L. Pou // Tourism Economics. – 2004. – № 10(2). P. 125-144. – DOI: 10.5367/000000004323142452
32. Alegre, J. Participation in tourism consumption and the intensity of participation: an analysis of their socio-demographic and economic determinants. / J. Alegre, S. Mateo, L.L. Pou // Tourism Economics. – 2009. – № 15(3). – P. 531-546. – DOI: 10.5367/000000009789036521

33. Anaman, K.A. Cross-border tourism from Brunei Darussalam to Eastern Malaysia: an empirical analysis. / K.A. Anaman, R.A. Ismail // *The Singapore Economic Review*. – 2002. – № 47(1). – P. 65-87. – DOI: 10.1142/s0217590802000419
34. Apak, O.C. The effect of local food consumption of domestic tourists on sustainable tourism. / O.C. Apak, A. Gürbüz // *Journal of Retailing and Consumer Services*. – 2023. – № 71. – DOI: 10.1016/j.jretconser.2022.103192
35. Archer, B.H. The economic impact of tourism in the Seychelles. / B.H. Archer, J. Fletcher // *Annals of Tourism Research*. – 1996. – № 23. – P. 32-47. – DOI: 10.1016/0160-7383(95)00041-0
36. Bai, Y. The interactive practice between spontaneity and constructivity: Research on the formation mechanism of market order. / Y. Bai // *Sociological Review of China* – 2017. – № 5(2). – P. 63-75.
37. Balaguer, J. Tourism as a long-run economic growth factor: The Spanish Case. / J. Balaguer, M. Cantavella-Jordá // *Applied Economics*. – 2002. – № 34(7). – P. 877-884.
38. Baretje, R. Aspects économiques du Tourisme. / R. Baretje, P. Defert // *Revue de Géographie Alpine*. – 1973. – № 61-2. – P. 319–320.
39. Beeton, S. Understanding film-induced tourism. / S. Beeton // *Tourism Analysis*. – 2006. – № 11(3). – P. 181–188. – DOI: 10.3727/108354206778689808
40. Bernini, C. Demographic change, tourism expenditure and life cycle behavior. / C. Bernini, M.F. Cracolici // *Tourism Management*. – 2015. – № 47. – P. 191-205. – DOI: 10.1016/j.tourman.2014.09.016
41. Bimonte, S. Does residents' perceived life satisfaction vary with tourist season? A two-step survey in a Mediterranean destination. / S. Bimonte, V. Faralla // *Tourism Management*. – 2016. – № 55. – P. 199 – 208. – DOI: 10.1016/j.tourman.2016.02.011
42. Brida, J.G. Determinants of tourist expenditure: A review of microeconomic models. / J.G. Brida, R. Scuderi // *Tourism Management Perspectives*. – 2013. – № 6. – P. 28-40. – DOI: 10.1016/j.tmp.2012.10.006
43. Briedenhann, J. Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas—vibrant hope or impossible dream? / J. Briedenhann, E. Wickens // *Tourism Management*. – 2004. – Vol. 25(1). – P. 71-79. – DOI: 10.1016/S0261-5177(03)00063-3
44. Canh, N.P. Domestic tourism spending and economic vulnerability. / N.P. Canh, S.D. Thanh // *Annals of Tourism Research*. – 2020. – № 85. – DOI: 10.1016/j.annals.2020.103063
45. Cannon, T.F. Relationship of demographic and trip characteristics to visitor spending: an analysis of sports travel visitors across time. / T.F. Cannon, J. Ford // *Tourism Economics*. – 2002. – № 8(3). – P. 263-272. – DOI: 10.5367/000000002101298106
46. Chen, C.C. Holiday recovery experiences, tourism satisfaction and life satisfaction—Is there a relationship? / C.C. Chen, W.J. Huang, J.F. Petrick // *Tourism Management*. – 2016. – № 53. – P. 140-147. – DOI: 10.1016/j.tourman.2015.09.016
47. Co-creation and codestruction of service quality through customer-to-customer interactions: Why prior experience matters. / J.G. Luo, I.A. Wong, B. King, M.T. Liu, G. Huang // *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. – 2019. – № 31(3). – P. 1309-1329. – DOI: 10.1108/IJCHM-12-2017-0792
48. Consumption of pop culture and tourism demand: Through the lens of herding behavior. / L. Sungkyu, S. Neelu, H. Sameer, L. Matthew // *Annals of Tourism Research*. – 2023. – № 99(4). – DOI: 10.1016/j.annals.2023.103531
49. Copeland, B.R. Tourism, welfare and de-industrialization in a small open economy. / B.R. Copeland // *Economica*. – 1991. – № 58(232). – P. 515–529. – DOI: 10.2307/2554696
50. Deaton, A. Understanding consumption. / A. Deaton. – Oxford : Oxford University Press, Clarendon Press, 1992. – P. 242.
51. Debooshere, R. Accessibility-oriented development. / R. Debooshere, A.M. El-Geneidy, D. Levinson // *Journal of Transport Geography*. – 2018. – Vol. 70. – P. 11-20. – DOI: 10.1016/j.jtrangeo.2018.05.015

52. Downward, P. Beyond the demand for day-visits: an analysis of visitor spending. / P. Downward, L. Lumsdon // *Tourism Economics*. – 2003. – № 9(1). – P. 67-76. – DOI: 10.5367/000000003101298277
53. Electric vehicle charging point placement optimisation by exploiting spatial statistics and maximal coverage location models. / G. Dong, J. Ma, R. Wei, J. Haycox // *Transportation Research Part D: Transport and Environment*. – 2019. – Vol. 67. – P. 77-88. – DOI: 10.1016/j.trd.2018.11.005
54. Eugenio-Martín, J. Income and the substitution pattern between domestic and international tourism demand. / J. Eugenio-Martín, J.A. Campos-Soria // *Applied Economics*. – 2011. – № 43(20). – P. 2519-2531. – DOI: 10.1080/00036840903299698
55. Examining and identifying the determinants of travel expenditure patterns. / Y. Wang, P. Rompf, D. Severt, N. Peerapatdit // *International Journal of Tourism Research*. – 2006. – № 8(5). – P. 333-346. – DOI: 10.1002/jtr.583
56. Exploring the influence of touch points on tourist experiences at crisis impacted destinations. / N. Krey, M.C. Tom Dieck, S. Wu, P. Fountoulaki // *Journal of Travel Research*. – 2023. – № 62(1). – P. 39-54. – DOI: 10.1177/00472875211053657
57. Factors influencing Chinese tourists' intentions to use the Taiwan Medical Travel App. / I.C. Chang, P.C. Chou, R.K.J. Yeh, H.T. Tseng // *Telematics and Informatics*. – 2016. – № 33(2). – P. 401-409. – DOI: 10.1016/J.TELE.2015.09.007
58. Fangming, C. Age structure of the population and household consumption expenditure on tourism. / C. Fangming, M. Shuai, R. Huang // *Finance Research Letters*. – 2024. – № 60. – DOI: 10.1016/j.frl.2023.104896
59. Fleischer, A. The impact of changes in household vacation expenditures on the travel and hospitality industries. / A. Fleischer, G. Peleg, J. Rivlin // *Tourism Management*. – 2011. – № 32(4). – P. 815-821. – DOI: 10.1016/j.tourman.2010.07.003
60. Fredman, P. Determinants of visitor expenditures in mountain tourism. / P. Fredman // *Tourism Economics*. – 2008. – № 14(2). – P. 297-311. – DOI: 10.5367/000000008784460418
61. Golden, L. To your happiness? Extra hours of labor supply and worker well-being. / L. Golden, B. Wiens-Tuers // *The Journal of Socio-Economics*. – 2006. – № 35(2). – P. 382-397. – DOI: 10.1016/j.socec.2005.11.039
62. Gossling S. Pandemics, tourism, and global change: a rapid assessment of COVID-19. / S. Gossling, S. Scott, M. Hall // *Journal of Sustainable Tourism*. – 2021. – № 29. – P. 1-20. – DOI: 10.1080/09669582.2020.1758708
63. Han, H. Emerging bicycle tourism and the theory of planned behavior. / H. Han, B. Meng, W. Kim // *Journal of Sustainable Tourism*. – 2017. – № 25(2). – P. 292-309. – DOI: 10.1080/09669582.2016.1202955
64. Hong, G.S. Household expenditure patterns for tourism products and services. / G.S. Hong, A.M. Morrison, L.A. Cai // *Journal of Travel & Tourism Marketing*. – 1996. – № 4(4). – P. 15-40. – DOI: 10.1300/j073v04n04_02
65. Hopken, W. Tourism Knowledge Destination / W. Hopken, M. Fuchs, M. Lexhagen. – 2014. – P. 77-88. – DOI: 10.4018/978-1-4666-5202-6.ch227
66. How does a travel trip affect tourists' life satisfaction? / M.J. Sirgy, P.S. Kruger, D.J. Lee, G.B. Yu // *Journal of Travel Research*. – 2011. – № 50(3). – P. 261-275. – DOI: 10.1177/0047287510362784
67. How in-vehicle activities affect work commuters' satisfaction with public transport. / D. Ettema, M. Friman, T. Garling, L.E. Olsson, S. Fujii // *Journal of Transport Geography*. – 2012. – Vol. 24. – P. 215-222. – DOI: 10.1016/j.jtrangeo.2012.02.007
68. Hu, C. The Impacts of Destination Knowledge and Destination Interest on Generation z's Memory of a New Tourism Destination. / C. Hu, S. Cole // *Advances in Hospitality and Leisure*. – 2019. – Vol. 15. – P. 145-159. – DOI: 10.1108/S1745-354220190000015009

69. Inchausti-Sintes, F. Tourism: Economic growth, employment and Dutch Disease. / F. Inchausti-Sintes // *Annals of Tourism Research*. – 2015. – №. 54. – P. 172-189. – DOI: 10.1016/j.annals.2015.07.007
70. Islam, M.T. Application of social media in the tourism industry: A review. / M.T. Islam // *SEISENCE Journal of Management*. – 2021. – №. 4(1). – P. 59-68. – DOI: 10.33215/sjom.v4i1.556
71. Kahneman, D. Prospect theory: An analysis of decision under risk. / D. Kahneman, A. Tversky // *Econometrica*. – 1979. – №. 47(2). – P. 263-292. – DOI: 10.2307/1914185
72. Kastenholz, E. Analysing determinants of visitor spending for the rural tourist market in North Portugal. / E. Kastenholz // *Tourism Economics*. – 2005. – № 11(4). – P. 555-569. – DOI: 10.5367/000000005775108728
73. Kawakubo, A. Recovery experiences during vacations promote life satisfaction through creative behavior. / A. Kawakubo, T. Oguchi // *Tourism Management Perspectives*. – 2019. – № 30. – P. 240-250. – DOI: 10.1016/j.tmp.2019.02.017
74. Kolondinskaja, J. Layout of rest areas and their infrastructure development in the south-eastern region of Lithuania. / J. Kolondinskaja, L. Bertuliene // *The Baltic Journal of Road and Bridge Engineering*. – 2020. – Vol. 15(3). – P. 130-145. – DOI: 10.7250/bjrbe.2020-15.488
75. Lawson, R. Patterns of tourist expenditure and types of vacation across the family life cycle. / R. Lawson // *Journal of Travel Research*. – 1991. – № 29(4). – P. 12-17. – DOI: 10.1177/004728759102900403
76. Lei, W.S. Tourism development induced social change. / W.S. Lei, W. Suntikul, Z. Chen // *Annals of Tourism Research Empirical Insights*. – 2023. – № 4(1). – DOI: 10.1016/j.annale.2023.100088
77. Mansour, S. Spatial assessment of audience accessibility to historical monuments and museums in Qatar during the 2022 FIFA World Cup. / S. Mansour, M. Alahmadi, A. Abulibdeh // *Transport Policy*. – 2022. – Vol. 127. – P. 116-129. – DOI: 10.1016/j.tranpol.2022.08.022
78. Marrocu, E. Micro-economic determinants of tourist expenditure: a quantile regression approach. / E. Marrocu, R. Paci, A. Zara // *Tourism Manag.* – 2015. – № 50. P. 13-30. – DOI: 10.1016/j.tourman.2015.01.006
79. Mok, C. Expenditure-based segmentation: Taiwanese tourists to Guam. / C. Mok, L.G. Iverson // *Tourism Management*. – 2000. – № 21(3). P. 299-305. – DOI: 10.1016/s0261-5177(99)00060-6
80. Neal, J.D. Measuring the effect of tourism services on travelers' quality of life: further validation. / J.D. Neal, M.J. Sirgy, M. Uysal // *Social Indicators Research*. – 2004. – № 69. – P. 243-277. – DOI: 10.1007/s11205-004-5012-3
81. Niedzielskia, M.A. Impact of commuting, time budgets, and activity durations on modal disparity in accessibility to supermarkets. / M.A. Niedzielskia, R. Kucharskib // *Transport. Res. Part D*. – 2019. – № 75. – P. 106-120. – DOI: 10.1016/j.trd.2019.08.021
82. Oppermann, M. Travel life cycle. / M. Oppermann // *Annals of Tourism Research*. – 1995. – № 22. – P. 535-552. – DOI: 10.1016/0160-7383(95)00004-P
83. Pearce, P.L. A «university of travel»: Backpacker learning. / P.L. Pearce, F. Foster // *Tourism Management*. – 2007. – № 28. – P. 1285-1298. – DOI: 10.1016/j.tourman.2006.11.009
84. Perdue, R.R. Understanding the value of tourism: conceptual divergence. / R.R. Perdue, T. Tyrrell, M. Uysal – Oxford : Goodfellow Publishers, – 2010. – pp. 123-134.
85. Perez-Acebo, H. Service and rest areas in toll motorways in Poland: Study of distribution and facilities. / H. Perez-Acebo, A. Romo-Martin // *Transport Problems*. – 2019. – Vol. 14. – P. 155-164. – DOI: 10.20858/tp.2019.14.2.14
86. Portella-Carbó, F. Tourism-led economic growth across the business cycle (1995–2021). / F. Portella-Carbó, J. Pérez-Montiel, O. Ozcelebi // *Economic Analysis and Policy*. – 2023. – № 78. – P. 1241-1253. – DOI: 10.1016/j.eap.2023.05.011

87. Rapoport, R. Leisure and the family life cycle. / R. Rapoport, R.N. Rapoport. – London: Routledge Kegan & Paul, 1975. – 386 p.
88. Roehl, W.S. Modelling the influence of information obtained at state welcome centers on visitor expenditures. / W.S. Roehl, D. R. Fesenmaier // *Journal of Travel and Tourism Marketing*. – 1995. – № 4(3) – P. 19-28.
89. Rogerson, C.M. COVID-19 and changing tourism demand: Research review and policy implications for South Africa. / C.M. Rogerson, J.M. Rogerson // *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*. – 2021. – № 10(1). – P. 1-21. – DOI: 10.46222/ajhtl.19770720-83
90. Saayman, A. An ARDL Bounds Test Approach to Modelling Tourist Expenditure in South Africa. / A. Saayman, M. Saayman // *Tourism Economics*. – 2015. – № 21(1). – P. 49-66. – DOI:10.5367/te.2014.0436
91. Scarinci, J. The perceived influence of travel experiences on learning generic skills. / J. Scarinci, P. Pearce // *Tourism Management*. – 2012. – № 33. – P. 380-386. – DOI: 10.1016/j.tourman.2011.04.007
92. Schönherr, S. Sustainable tourism policies: From crisis-related awareness to agendas towards measures. / S. Schönherr, M. Peters, K. Kuščer // *Journal of Destination Marketing & Management*. – 2023. – № 27. – DOI: 10.1016/j.jdmm.2023.100762
93. Schubert, S.F. The impacts of international tourism demand on economic growth of small economies dependent on tourism. / S.F. Schubert, J.G. Brida, W.A. Risso // *Tourism Management*. – 2011. – № 32(2). – P. 377-385. – DOI: 10.1016/j.tourman.2010.03.007
94. Short-term forecasts on individual accessibility in bus system based on neural network model. / Y. Zuo, X. Fu, Z. Liu, D. Huang // *Journal of Transport Geography*. – 2021. – № 93. – DOI: 10.1016/j.jtrangeo.2021.103075
95. Sica, L. Estimation of charging demand for electric vehicles by discrete choice models and numerical simulations: Application to a case study in Turin / L. Sica, F. Deflorio // *Green Energy and Intelligent Transportation*. – 2023. – Vol. 2. – DOI: 10.1016/j.geits.2023.100069
96. Siltaloppi, M. Recovery experiences as moderators between psychosocial work characteristics and occupational well-being. / M. Siltaloppi, U. Kinnunen, T. Feldt // *Work & Stress*. – 2009. – № 23(4). – P. 330-348. – DOI: 10.1080/02678370903415572
97. Tahmasbi, B. Public transport accessibility measure based on weighted door to door travel time. / B. Tahmasbi, H. Haghshenas // *Computers, Environment and Urban Systems*. – 2019. – № 76. – P. 163-177. – DOI: 10.1016/j.compenvurbsys.2019.05.002
98. The effect of tourist-to-tourist interaction on tourists' behavior: The mediating effects of positive emotions and memorable tourism experiences. / G. Zhou, Y. Liu, J. Hu, X. Cao // *Journal of Hospitality and Tourism Management*. – 2023. – № 55(6). – P. 161-168. – DOI: 10.1016/j.jhtm.2023.03.005
99. The effects of travel activities and seasons on expenditures. / S. Jang, L.A. Cai, A.M. Morrison, J.T. O'Leary // *International Journal of Tourism Research*. – 2005. – № 7(6). – P. 335-347. – DOI: 10.1002/jtr.540
100. The ideal isochrone: Assessing the efficiency of transport systems / P. Śleszyński, P. Olszewski, T. Dybicz, K. Goch, M. Niedzielski // *Research in Transportation Business & Management*. – 2023. – Vol. 46. – DOI: 10.1016/j.rtbm.2021.100779
101. Thrane, C. Domestic tourism expenditures: The non-linear effects of length of stay and travel party size. / C. Thrane, E. Farstad // *Tourism Management*. – 2011. – № 32(1). – P. 46-52. – DOI: 10.1016/j.tourman.2009.11.002
102. To travel or not to travel: «Weather» is the question. Modelling the effect of local weather conditions on bus ridership. / S. Tao, J. Corcoran, F. Rowe, M. Hickman // *Transportation Research Part C Emerging Technologies*. – 2018. – № 86. – P. 147-167. – DOI: 10.1016/j.trc.2017.11.005

103. Tourism, Dutch Disease and welfare in an open dynamic economy. / C.C. Chao, B.R. Hazari, J.P. Laffargue, P.M. Sgro, E.S. Yu // *Japanese Economic Review*. – 2006. – № 57(4). – P. 501-515. – DOI: 10.1111/j.1468-5876.2006.00400.x
104. Tsai, C. Applying the theory of planned behavior to explore the independent travelers' behavior. / C. Tsai // *African journal of business management*. – 2010. – № 4(2). – P. 221-234.
105. User-generated content sources in social media: A new approach to explore tourist satisfaction. / N.Y. Kaosiri, L.J. Callarisa Fiol, M.A. Moliner Tena, R.M. Rodríguez Artola, J. Sanchez Garcia // *Journal of Travel Research*. – 2019. – № 58(2). – P. 253-265. – DOI: 10.1177/0047287517746014
106. Validating a customer well-being index related to natural wildlife tourism. / D-J. Lee, S. Kruger, M-J. Whang, M. Uysal, M. Sirgy // *Tourism Management*. – 2014. – № 45. – P. 171-180 – DOI: 10.1016/j.tourman.2014.04.002
107. Van Soest, A. A micro-econometric analysis of vacation behaviour. / A. Van Soest, P. Kooreman // *Journal of Applied Econometrics*. – 1987. – № 2(3). – P. 215-226. – DOI: 10.1002/jae.3950020305
108. Volgger, M. Requirements for destination management organizations in destination governance: Understanding dmo success. / M. Volgger, H. Pechlaner // *Tourism Management*. – 2014. – № 41. – P. 64-75. – DOI: 10.1016/j.tourman.2013.09.001
109. Wu, L. Representing the influence of multiple social interactions on monthly tourism participation behavior. / L. Wu, J. Zhang, M. Chikaraishi // *Tourism Management*. – 2013. – № 36. – P. 480-489. – DOI: 10.1016/j.tourman.2012.09.010
110. Xu, J. Study on distribution characteristic of tourism attractions in international cultural tourism demonstration region in South Anhui in China / J. Xu, P. Wang // *PLoS ONE*. – 2022. – № 17(6). – DOI: 10.1371/journal.pone.0269948
111. Yang, F.X. Tourist co-created destination image. / F.X. Yang // *Journal of Travel & Tourism Marketing*. – 2016. – № 33(4). – P. 425-439. – DOI: 10.1080/10548408.2015.1064063
112. Yao, X. Does financial structure affect CO2 emissions? Evidence from G20 countries. / X. Yao, X. Tang // *Finance Research Letters*. – 2021. – № 33(4). – P. 425-439. – DOI: 10.1016/j.frl.2020.101791
113. Zhang, X. Inclusive green growth and development of the high-quality tourism industry in China: the dependence on imports. / X. Zhang, W. Guo, M.B. Bashir // *Sustainable Production and Consumption*. – 2022. – № 29. – P. 57-78. – DOI: 10.1016/j.spc.2021.09.023