

### Inclusive tourism as an element of social marketing of the region

*Ya. Testina, G. Karpova*

*The article describes the main social marketing tools in the region that can help increase tourist flows by improving its image. Inclusive tourism is considered as a key area of sustainable development of the tourism industry in Russia, the definition and types of inclusive tourists are given. Practical examples of using inclusive tourism to increase tourist demand in the Northwestern, North Caucasian and Southern Federal Districts are presented.*

**Keywords:** *inclusive tourism, inclusion, social marketing, regional marketing*

### References

1. Воронина Л.И. Социальный маркетинг и социальное управление: теоретико-методологические аспекты // Вестник Челябинского государственного университета. 2008. № 32. С. 107-114.
2. Гуренкова К.С., Рассохина И.Ю. Социальный маркетинг государственных социальных программ и идей // PR и реклама: традиции и инновации. 2013. № 8-2. С. 41-43.
3. Малыгина И.И. Перспективы развития кинематографического туризма в Санкт-Петербурге и Ленинградской области // Азимут геонаук: Материалы Всероссийской междисциплинарной молодежной научной конференции, Томск, 06-09 декабря 2022 года. Том Вып. 3. Томск: Изд-во Томского ЦНТИ, 2023. С. 146-150.
4. Сайт телеканала РТР-Санкт-Петербург. Петербург стал лидером в стране по инклюзивному туризму. - URL: [https://www.rtr.spb.ru/Radio/news\\_detail.asp?id=11612](https://www.rtr.spb.ru/Radio/news_detail.asp?id=11612) (дата обращения 25.09.2025).
5. «Серебряный» отдых: пенсионеры всё чаще выбирают курорты Краснодарского края. Живая Кубань. Дзен. - URL: <https://dzen.ru/a/aH9ALN3YXwM2-rtG> 22/07/2025 (дата обращения 25.09.2025).
6. Тестина Я.С., Стукаленко С.А. Инклюзивный туризм как фактор повышения социальной ответственности региона // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2024. № 5(138). С. 136-138.
7. Ocak A. Beyond Performativity: Inclusive Marketing as a Tool of Social Transformation. Özgür Publications, 2025. DOI: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub833>. (PDF) Beyond Performativity: Inclusive Marketing as A Tool of Social Transformation. Available from: [https://www.researchgate.net/publication/395290700\\_Beyond\\_Performativity\\_Inclusive\\_Marketing\\_as\\_a\\_Tool\\_of\\_Social\\_Transformation](https://www.researchgate.net/publication/395290700_Beyond_Performativity_Inclusive_Marketing_as_a_Tool_of_Social_Transformation) (accessed Sep 24 2025).
8. Okur N., Saricam C. The Role of Social Marketing on Promoting Sustainable Fashion Consumption. In: Changing Textile and Apparel Consumption in Transformative Era of Sustainability and Digitalization. Sustainable Textiles: Production, Processing, Manufacturing & Chemistry. Springer, 2025. Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-97419-9\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-031-97419-9_4) (accessed Sep 24 2025).
9. Ramdani A., Fietroh M.N. The Effect of Digital Marketing Strategies, Social Media, and Influencer Marketing on Brand Awareness of MSME Products, Journal of Educational Management Research. 2025. № 4(5). Pp.1655-1669 (PDF) The Effect of Digital Marketing Strategies, Social Media, and Influencer Marketing on Brand Awareness. - URL:

[https://www.researchgate.net/publication/395254019\\_The\\_Effect\\_of\\_Digital\\_Marketing\\_Strategies\\_Social\\_Media\\_and\\_Influencer\\_Marketing\\_on\\_Brand\\_Awareness](https://www.researchgate.net/publication/395254019_The_Effect_of_Digital_Marketing_Strategies_Social_Media_and_Influencer_Marketing_on_Brand_Awareness) (accessed Sep 24 2025).

**Санкт-Петербургский государственный университет,  
г. Санкт-Петербург, Россия  
Санкт-Петербургский государственный экономический  
университет, г. Санкт-Петербург, Россия**

**October, 01 2025**

---