

УДК 338.2
ББК 65.050

DOI: 10.25683/VOLBI.2020.52.360

Yankina Irina Anatolievna,
Doctor of Sociology, Associate Professor,
Professor of the Department of Management,
Taganrog Institute of Management and Economics,
Russian Federation, Taganrog,
e-mail: i.yankina@tmei.ru

Novi Irina Nikolaevna,
Candidate of Geography, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Management,
Taganrog Institute of management and Economics,
Russian Federation, Taganrog,
e-mail: i.novi@tmei.ru

Янкина Ирина Анатольевна,
д-р соц. наук, доцент,
профессор кафедры управления,
Таганрогский институт управления и экономики,
Российская Федерация, г. Таганрог,
e-mail: i.yankina@tmei.ru

Нови Ирина Николаевна,
канд. географ. наук, доцент,
доцент кафедры управления,
Таганрогский институт управления и экономики,
Российская Федерация, г. Таганрог,
e-mail: i.novi@tmei.ru

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА В КОНТЕКСТЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

STRATEGIC POTENTIAL OF TOURISM BUSINESS IN THE CONTEXT OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF REGION

08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством

08.00.05 — Economics and management of national economy

Изучены проблемы развития стратегического потенциала туристского бизнеса региона на примере Ростовской области. На основе SWOT-анализа туристской сферы Ростовской области выявлено, что регион имеет невысокий стратегический потенциал: поле угроз и слабых сторон больше и значительнее по влиянию, чем количество возможностей и сильных сторон. Наиболее опасные угрозы связаны с неблагоприятной экономической ситуацией в стране и вероятностью прихода на рынок новых конкурентов: появление аналогичных туров или услуг, предлагаемых регионами-конкурентами. Слабые стороны, которые подвергаются наиболее сильному негативному влиянию со стороны внешней среды, связаны с низким уровнем отраслевой прибыли и низким уровнем инвестиционной привлекательности. Сильные стороны туристской отрасли Ростовской области, которые позволяют преодолеть влияние внешней среды, связаны с наличием уникальных культурно-исторических ресурсов и способностью региона к инновациям в сфере туризма. Показано, что проблемами для развития бизнеса являются: недостаточная стратегификации туристских услуг по различным социально-экономическим критериям; стратегически не продуманная государственная и региональная поддержка туристской сферы Ростовской области, дефицит квалифицированных специалистов в областях маркетинга, PR и управления туристской сферой; запущенность природно-климатических и культурно-исторических объектов, вызывающих интерес у туристов. Среди направлений развития туристской отрасли Ростовской области выделяются следующие: аккумуляция информации в рамках событийного туризма на Интернет-платформе; создание календаря мероприятий и возможности построения для потребителей уникальной траектории туристской услуги; создание туристского кластера, предполагающего кооперацию деятельности организаций туристского бизнеса, позволяющего повысить количество и качество услуг туристской сферы, и привлечение долгосрочных инвестиций.

The problems of developing the strategic potential of the tourism business of the region are studied using Rostov region as an example. Based on a SWOT analysis of the tourism sector of the Rostov Region, it was revealed that the region has a low strategic potential: the field of threats and weaknesses is larger and more significant in influence than the number of opportunities and strengths. The most dangerous threats are associated with the unfavorable economic situation in the country and the likelihood of new competitors entering the market: the appearance of similar tours or services offered by competing regions. Weaknesses that are most severely affected by the external environment are associated with low level of industry profit and low level of investment attractiveness. Strengths of the tourism industry in the Rostov region, which allow overcoming the influence of the external environment, are associated with the presence of unique cultural and historical resources and the region's ability to innovate in tourism. It is shown that the problems of business development are: insufficient stratification of tourism services according to various socio-economic criteria; strategically not thought out the state and regional support of the tourism sector of the Rostov region, a shortage of qualified specialists in the field of marketing, PR and tourism management; neglect of climatic and cultural-historical objects of interest to tourists. Among the directions of development of the tourism industry of the Rostov Region, the following stand out: information accumulation in the framework of event tourism on the Internet platform; creating a calendar of events and the possibility of building for consumers a unique trajectory of tourism services; the creation of a tourism cluster, involving cooperation between the activities of tourism business organizations, which will increase the quantity and quality of tourism services, and attract long-term investments.

Ключевые слова: туристский бизнес, стратегический потенциал, стратегический анализ, системный анализ, рекреационные ресурсы региона, туризм, SWOT-анализ, сильные и слабые стороны, возможности и угрозы, туристская отрасль Ростовской области.

Keywords: tourism business, strategic potential, strategic analysis, system analysis, recreational resources of the region, tourism, SWOT analysis, strengths and weaknesses, opportunities and threats, tourism industry of the Rostov region.

Введение

Актуальность данной темы обусловлена тем, что туризм как социально-экономическое явление становится важным фактором для обеспечения необходимых шансов для регионального и муниципального экономического роста. Если региональная и городская инфраструктура с ее транспортной логистикой, культурными и социально ориентированными учреждениями предназначена для жителей конкретной территории, то туристский поток обеспечивает финансирование этой инфраструктуры за счет доходов от налогов и оборота с туризма, оплачиваемых туристами входных билетов, покупок сувениров и товаров местного производства, платы за пользование инфраструктурой. Спрос туристов на посещение культурных и спортивных мероприятий, покупка продукции розничной торговли и гастрономических товаров конвертируются в финансовые потоки, способствующие росту и диверсификации производственных и торговых процессов. Без туризма достигнутый стандарт и разнообразие предложения в сфере инфраструктуры, культуры и досуга, в том числе в сегменте HoReCa, был бы невозможен. Таким образом, развитие туризма связано с обеспечением высоких стандартов благосостояния населения и является индикатором качества и уровня жизни населения региона.

Целесообразность разработки заявленной темы связана с необходимостью развития исследований в направлении преодоления стагнации процессов диверсификации экономики российских регионов посредством расширения качества и количества услуг в туристском бизнесе. Опыт зарубежных стран демонстрирует, что стратегический потенциал данной сферы очень высок. Рациональная конвергенция технологий и ресурсов регионов Юга России позволяет существенно повысить эффективность данного бизнеса и внесет значительный вклад в социальное и экономическое развитие регионов.

Научная новизна данного исследования обусловлена тем, что в условиях динамичного изменения среды меняются внешние условия (например, пандемия COVID-2019) существования организации и происходит достаточно быстрое «устаревание», потеря адекватности прежнего арсенала знаний в области ситуационного анализа и управленческих практик в сфере отечественного туризма. В результате возникает необходимость в более гибких подходах и методах съема информации для последующей аналитической ее обработки. Данное исследование является логическим продолжением поиска адекватных подходов к процессу управления туристским бизнесом, обеспечивающих его конкурентное развитие.

Цель исследования — проанализировать приоритетные направления развития туристской отрасли на региональном уровне (в рамках внутреннего и въездного туризма) и определить стратегический потенциал туристского бизнеса в Ростовской области.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- провести стратегический анализ туристского бизнеса Ростовской области;
- выявить проблемы, блокирующие развитие стратегического потенциала туристского бизнеса Ростовской области.

Теоретическая и практическая значимость работы обусловлена тем, что проблема повышения конкурентоспособности и рекреационного потенциала территорий является достаточно актуальной для современной экономики, так как позволяет повышать маржу за счет нематериальных активов и осуществлять диверсификацию деятельности. Фактически, разработки в области теории и практики развития туристского бизнеса позволяют задействовать имеющиеся резервы региона, которые на текущий момент не учтены отечественным бизнесом. В теоретическом плане анализ внешних возможностей и угроз, а также сильных и слабых сторон туристского бизнеса в регионе дает основу для сценарного моделирования развития событий. В практическом плане оценка стратегического потенциала позволяет оптимизировать управленческую практику, ориентируя деятельность туристского бизнеса на наиболее перспективные траектории развития. Прикладной аспект исследований в данной сфере предопределил серьезную проработанность многих направлений, раскрывающих специфику функционирования туристского бизнеса.

Методологическая основа исследования

Специфика менеджмента в туристской отрасли подтолкнула исследователей на применение комплексного подхода, основанного на оценке сбалансированности пространственного развития территорий. В частности, эту идею развивали в своих трудах В. Лажнецова [1] (такой подход используется в регионах и муниципальных образованиях при формировании планов и программ развития туристской сферы), Ю. А. Пшеничных [2]. Особенности и направления развития внутреннего туризма в регионе и Российской Федерации, включая изучение возможностей для импортозамещения, посвящены работы Е. Г. Леонидовой [3, 4], Т. В. Усковой [5]. В работах Л. В. Деточенко, Н. А. Лобановой [6] рассматривались проблемы туристской отрасли России в условиях кризисного этапа развития экономики 2014—2016 гг. Научные исследования в данной области позволили установить особенности продвижения туристского потенциала на внутреннем рынке [7]. Привлечению инвестиций и развитию туризма в субъектах РФ уделено много внимания в работах М. Ю. Шерешевой, Е. П. Вигушиной [8]. Вопросы статистики, трендов и проблем, связанных с изучением географии туристских потоков в Российской Федерации, представлены в работах А. Ю. Александровой [9], Л. Г. Каранатовой, А. В. Евсюковой [10]. Исследования в области факторного анализа и поиска механизмов, повышающих объем туристских потоков, раскрываются в работах Ю. Пшеничных, С. Гриненко, М. Якименко [11, 12], F. Chigora, C. Vutete [13, 14], E. Triarchi, K. Karamanis [15]. Проведенный обзор по теме исследования указывает на недостаточную проработанность в публикациях современных ученых проблемного поля, связанного с изучением стратегического потенциала приоритетных направлений развития туристского бизнеса на региональном уровне с позиций внутреннего и въездного туризма.

Поступательное расширение управленческой деятельности, сопровождающее рост и развитие отечественного туристского бизнеса, со временем утрачивает свою адекватность в сложившейся ситуации. Это порождает необходимость в реаккумуляции осязаемых и неосязаемых ресурсов, переходе на качественно новый уровень сложности управленческих воздействий на объект управления. Адаптация методологического арсенала менеджеских

технологий, управленческих механизмов и инновационных подходов к специфике ситуации в российском туристском бизнесе будет способствовать достижению более высокого уровня конкурентоспособности и позволит учесть сложный детерминизм процессов, происходящих в нестабильной социально-экономической российской среде. В связи с этим основой данного исследования являются методы стратегического анализа, сравнительного анализа, экспертных оценок. Системный анализ связан с выбором и обоснованием параметров для оценки рекреационного потенциала региона для развития туристского бизнеса. Стратегический анализ реализуется на основе SWOT-анализа туристской сферы Ростовской области и включает анализ основных факторов внешней среды, детерминирующих развитие туризма в регионах.

Результаты

Проведение анализа стратегического потенциала туристской отрасли Ростовской области предполагает выделение факторов внешней и внутренней среды (на основе экспертных оценок). Несмотря на то что проблема совершенствования процессов повышения стратегического потенциала развития туристского бизнеса периодически поднимается в научной литературе, динамика изменения факторов внешней среды (изменения в законодательстве, геополитическая и экономическая нестабильность, демографические «ямь» и др.) при-

водит к необходимости разрабатывать новые технологии и методологические приемы в этом направлении. Анализ стратегического потенциала осуществляется на основе SWOT-анализа туристской отрасли Ростовской области. Оценка производилась на основе экспертных оценок. Количественная оценка связи факторов внешней среды и внутренних характеристик туристской отрасли Ростовской области оценивалась по шкале от +3 (сильная положительная связь) до -3 (сильная отрицательная связь).

Анализ показывает, что стратегический потенциал на текущий момент невысокий. В частности, возможности развития туристской отрасли Ростовской области, рассматриваемые сквозь призму слабых и сильных сторон региона, сокращаются до одной: дифференцированность туристской отрасли (табл. 1). Для ее реализации необходимо формировать разнообразие предложений на рынке туристских услуг. Возможность использования дифференцированности туристской отрасли реализуется через полисегментацию рынка, создание информационно-цифровой платформы и создание возможности построения индивидуального маршрута получения туристских услуг (т. е. уникальной траектории получения туристских услуг).

Наиболее опасные угрозы связаны с неблагоприятной экономической ситуацией в стране и вероятностью прихода на рынок новых конкурентов: появление аналогичных туров или услуг, предлагаемых регионами-конкурентами (табл. 2).

Таблица 1

Табличная форма SWOT-анализа туристской отрасли Ростовской области (сильные стороны)

| Внешняя среда | Внутренняя среда | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|------------------------------------------|
| | Сильные стороны | | | | |
| | ценовое преимущество туристских услуг | природно-климатические и рекреационные условия | наличие достаточных и уникальных культурно-исторических ресурсов | хорошая репутация региона у потребителей; | способность к инновациям в сфере туризма |
| <i>Возможности</i> | | | | | |
| Работа с дополнительными группами потребителей | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 |
| Дифференцированность туристской отрасли | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 |
| Организация событийного туризма | 2 | 0 | 3 | 2 | 3 |
| Рост инвестиционного интереса к отрасли | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| <i>Угрозы</i> | | | | | |
| Неблагоприятная экономическая ситуация в стране | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Изменения нормативно-правовой базы, регламентирующей новые санитарно-эпидемиологические правила в связи с пандемией COVID-2019 для отраслей в сфере туризма | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Появление новых конкурентов (появление аналогичных туров или услуг, предлагаемых регионами-конкурентами) | -1 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| Изменение нужд и вкусов туристов-потребителей | 0 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Итого: | 10 | 8 | 11 | 10 | 11 |

Табличная форма SWOT-анализа туристской отрасли Ростовской области (слабые стороны)

| Внешняя среда | Внутренняя среда | | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-------|
| | Слабые стороны | | | | | |
| | низкий уровень прибыли вследствие низкого уровня платежеспособности (доходов) населения | низкий уровень инвестиционной привлекательности | неудовлетворительный уровень менеджмент | нехватка профессионально подготовленных кадров в индустрии туризма | отсутствие туристического кластера | Итого |
| <i>Возможности</i> | | | | | | |
| Работа с дополнительными группами потребителей | -2 | -2 | -3 | -3 | -3 | -1 |
| Дифференцированность туристской отрасли | -3 | -2 | 0 | -2 | -1 | 3 |
| Организация событийного туризма | -2 | -3 | -2 | -2 | -2 | -1 |
| Рост инвестиционного интереса к отрасли | -3 | -3 | -2 | -2 | -3 | -3 |
| <i>Угрозы</i> | | | | | | |
| Неблагоприятная экономическая ситуация в стране | -3 | -3 | -2 | -2 | -2 | -10 |
| Изменения нормативно-правовой базы, регламентирующей новые санитарно-эпидемиологические правила в связи с пандемией COVID-2019 для отраслей в сфере туризма | -3 | -3 | -3 | 0 | 0 | -9 |
| Появление новых конкурентов (появление аналогичных туров или услуг, предлагаемых регионами-конкурентами) | -3 | -3 | -3 | -3 | -2 | -13 |
| Изменение нужд и вкусов туристов-потребителей | -2 | -3 | -3 | -2 | -3 | -8 |
| Итого: | -21 | -22 | -18 | -15 | -16 | |

Сильные стороны туристской отрасли Ростовской области, которые позволяют преодолеть влияние внешней среды, связаны с наличием уникальных культурно-исторических ресурсов и способности региона к инновациям в сфере туризма. Слабые стороны, которые подвергаются наиболее сильному негативному влиянию со стороны внешней среды, связаны с низким уровнем отраслевой прибыли и низким уровнем инвестиционной привлекательности. Данные позволяют сделать следующие выводы по выстраиванию направлений повышения стратегического потенциала туристской отрасли Ростовской области.

Низкий уровень инвестиционной привлекательности связан с низким уровнем развития инфраструктуры и слабым маркетингом территорий. Кроме того, туристская отрасль Ростовской области в недостаточной степени поддерживается PR-акциями, а проводимые события не представлены в достаточной степени в СМИ и имеют невысокую привлекательность. Повышать уровень прибыли в данной отрасли за счет снижения затрат нецелесообразно, так как это приводит к снижению качества предоставляемых услуг. В условиях неблагоприятной экономической ситуации повышать получаемую прибыль возможно только через увеличение объемов предоставляемых услуг (в том числе развивая культурно-познавательный туризм, детский туризм или создавая микс уникальных самобытных культурно-

исторических ресурсов и современных благ, создавая убедительную видимость культурно-этнического колорита). В связи с этим актуализируется необходимость создания «календаря событий» туристской отрасли Ростовской области, а также расширения карты комплементарных услуг низкоценового сегмента, позволяющей привлечь иногородних и иностранных туристов.

Для максимизации результатов деятельности организаций туристского бизнеса необходима аккумуляция усилий всех субъектов хозяйствования, задействованных в формировании рекреационного потенциала территории, и согласование их деятельности. Реализация процессов кооперации деятельности организаций туристского бизнеса не только повысит количество и качество услуг рекреационной сферы, ее надежность и стабильность, но и позволит привлечь долгосрочные инвестиции. Необходимо формировать актуальные механизмы согласования усилий и развития доверительных отношений между участниками объединения, что позволит преодолевать процессы дезинтеграции и утраты функциональной целостности управленческих практик отечественных организаций туристской отрасли. Развитие стратегического потенциала туристской отрасли Ростовской области существенно сдерживает недостаточная государственная и региональная поддержка. Она чаще всего проявляется во фрагментарных и кратковременных акциях, не позволяющих ожидать повышение эффективности

деятельности компаний в данной отрасли. Усложняет ситуацию и неразвитость нормативно-правовой базы в отношении управления земельными ресурсами и сложная система межведомственного взаимодействия. В результате — отсутствие системного подхода к решению проблем, и из-за плачевного состояния рекреационных объектов блокируется формирование успешных предпосылок для повышения конкурентоспособности туристской отрасли Ростовской области.

Заключение

Проведенный анализ показывает невысокий уровень стратегического потенциала туристской отрасли Ростовской области. Связано это с небольшим числом сильных сторон и возможностей, которые может использовать туристский бизнес. Фактически речь идет о дифференцированности туристской отрасли, наличии в регионе уникальных культурно-исторических ресурсов и способности региона к инновациям в сфере туризма. В противовес этому стоит существенное количество слабых сторон и угроз, которые более выражено проявляются во внешней среде и негативно влияют на фирмы туристской отрасли Ростовской области. Самыми слабыми составляющими социально-экономической среды региона для развития туристского бизнеса являются низкий уровень отраслевой прибыли и низкий уровень инвестиционной привлекательности.

Среди проблем, блокирующих развитие конкурентоспособности туристического бизнеса, выделяются:

- нестабильность качества предоставляемых туристских услуг;
- отсутствие стратификации туристских услуг по уровню доходов клиентов и других социально-экономических критериев;

– несистемное и стратегически не продуманное осуществление государственной и региональной поддержки туристской сферы Ростовской области;

- дефицит квалифицированных специалистов в области маркетинга, PR и управления туристской сферой;
- запущенность природно-климатических и культурно-исторических объектов, вызывающих интерес у туристов.

Среди направлений развития туристской отрасли на региональном уровне выделяются следующие:

- разработка методик оценки роста рекреационного потенциала регионов, вскрывающих суть динамики развития современной социально-экономической среды;
- осуществление наработки и аккумулирование информации в рамках событийного туризма на Интернет-платформе, а также создание календаря мероприятий и возможности построения для потребителей уникальной траектории туристской услуги;
- в рамках систематизации и интеграции технологий рекреационной сферы необходимо создание туристского кластера, предполагающего кооперацию деятельности организаций туристского бизнеса, что позволит повысить количество и качество услуг туристской сферы, ее надежность, стабильность и будет способствовать привлечению долгосрочных инвестиций в данную отрасль Ростовской области.

Однако нужно отметить, что рассмотренное проблемное поле оставляет открытым проблемы преодоления процессов дезинтеграции и утраты функциональной целостности управленческих практик отечественных организаций туристской отрасли, что предполагает дальнейшее развитие научно-исследовательских работ в данном направлении.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Лаженцев В. Н. Теория и практика формирования территориально-производственных комплексов // Корпоративное управление и инновационное развитие Севера: Вестник науч.-исслед. Центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкар. гос. ун-та. 2014. № 2. С. 58—68.
2. Пшеничных Ю. А. Технология поддержки принятия управленческих решений на основе комплексной оценки индустрии туризма в экономической системе // Туризм: право и экономика. 2013. № 3. С. 20—25.
3. Леонидова Е. Г. Развитие внутреннего туризма в регионе // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2017. Т. 10. № 2. С. 271—283.
4. Леонидова Е. Г. Направления развития внутреннего туризма в регионе // Проблемы развития территории. 2017. Вып. 4(90). С. 67—78.
5. Ускова Т. В., Егоров В. К., Леонидова Е. Г. Туризм в Российской Федерации: возможности для импортозамещения // Проблемы развития территории. 2016. Вып. 4(84). С. 32—45.
6. Деточенко Л. В., Лобанова Н. А. Туристская отрасль России в условиях кризисного этапа развития экономики 2014—2016 годов // Вестник Волгогр. гос. ун-та. Сер. : 3. Экономика. Экология. 2017. Т. 19. № 2. С. 97—107.
7. Кульгачев И. П., Лепешкин В. А., Мантейфель Е. А. Туристские обмены России и стран восточной Азии: состояние и перспективы развития // Международная торговля и торговая политика. 2017. № 1(9). С. 36—52.
8. Привлечение инвестиций и развитие туризма в субъектах РФ : сб. ст. / Под ред. М. Ю. Шерешевой. М. : Эконом. факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, 2017. 116 с.
9. Александрова А. Ю. География туристских потоков в Российской Федерации: статистика, тренды, проблемы // Наука. Инновации. Технологии. 2017. № 1. С. 95—108.
10. Каранатова Л. Г., Евсюков А. В. Отображение политики протекционизма в современной туристской отрасли // Управленческое консультирование. 2018. № 6. С. 102—110.
11. Investigation of the convergence hypothesis in touristic industries of territories — locations of tourist recreational clusters on the example of the South of Russia / Y. Pshenichnykh, M. Yakimenko, E. Zhertovskaja, S. Grinenko // ESPACIOS. 2018. Vol. 39. No. 36. P. 27. URL: https://www.researchgate.net/publication/334591450_Investigation_of_the_convergence_hypothesis_in_touristic_industries_of_territories_-_locations_of_tourist_recreational_clusters_on_the_example_of_the_South_of_Russia.
12. Elaboration of the system of indicators for the territorial tourist potential evaluation based on the cluster approach to tourism development / M. Yakimenko, E. Zhertovskaja, G. Gorelova, Y. Pshenichnykh // ESPACIOS. 2018. Vol. 39. No. 36. P. 31.

URL: https://www.researchgate.net/publication/334591542_Elaboration_of_the_system_of_indicators_for_the_territorial_tourist_potential_evaluation_based_on_the_cluster_approach_to_tourism_development_Elaboracion_del_sistema_de_indicadores_para_la_evaluacion_.

13. Farai Chigora, Clever Vutete. Strengthening Tourism Market Equilibrium: Case of Zimbabwe Tourism Destination // *Issues in Economics and Business*. 2015. Vol. 1. No. 2. Pp. 24—31. URL: <http://www.macrothink.org/journal/index.php/ieb/article/view/8690>.

14. Farai Chigora, Clever Vutete. Elasticity of Demand a Critical Form Tourism Market Position: Understanding Zimbabwe Tourism Destination // *Case Studies in Business and Management*. 2015. Vol. 2. No. 2. Pp. 27—35. URL: <http://www.macrothink.org/journal/index.php/csmb/article/view/8571>.

15. Triarchi E., Karamanis K. Alternative Tourism Development: A Theoretical Background // *World Journal of Business and Management*. 2017. Vol. 3. No. 1. URL: <http://www.macrothink.org/journal/index.php/wjbm/article/view/11198>.

REFERENCES

1. Lazhentsev V. N. Theory and practice of development of the territorial production complexes. *Corporate Governance and Innovative Development of the North: Bulletin of the Research Center for Corporate Law, Management and Venture Investment of Syktyvkar State University*, 2014, no. 2, pp. 5—68. (In Russ.)

2. Pshenichnykh Yu. A. Technology of supporting management decision-making based on a comprehensive assessment of the tourism industry in the economic system. *Tourism: law and economics*, 2013, no. 3, pp. 20—25. (In Russ.)

3. Leonidova E. G. Development of domestic tourism in the region. *Economic and social changes: facts, trends, forecast*, 2017, vol. 10, no. 2, pp. 271—283. (In Russ.)

4. Leonidova E. G. Directions of development of domestic tourism in the region. *Problems of development of the territory*, 2017, iss. 4(90), pp. 67—78. (In Russ.)

5. Uskova T. V., Egorov V. K., Leonidova E. G. Tourism in the Russian Federation: opportunities for import substitution. *Problems of the territory development*, 2016, iss. 4(84), pp. 32—45. (In Russ.)

6. Detochenko L. V., Lobanova N. A. The tourist industry of Russia in the crisis stage of economic development in 2014—2016. *Bulletin of the Volgograd State University. Series 3: Economics. Ecology*, 2017, vol. 19, no. 2, pp. 97—107. (In Russ.)

7. Kulgachev I. P., Lepeshkin V. A., Manteifel E. A. Tourist exchanges in Russia and the East Asia: state and development prospects. *International trade and trade policy*, 2017, no. 1(9), pp. 36—52. (In Russ.)

8. *Attracting investment and tourism development in the RF entities: collection of articles*. Ed. by M. Yu. Sheresheva. Moscow, Department of Economics, Moscow State University named after M. V. Lomonosov, 2017. 116 pp. (In Russ.)

9. Aleksandrova A. Yu. Geography of tourist flows in the Russian Federation: statistics, trends, problems. *Science. Innovations. Technologies*, 2017, no. 1, pp. 95—108. (In Russ.)

10. Karanatova L. G., Evsyukov A. V. Mapping protectionism policies in the modern tourism industry. *Management Consulting*, 2018, no. 6, pp. 102—110. (In Russ.)

11. Pshenichnykh Y., Yakimenko M., Zhertovskaja E., Grinenko S. Investigation of the convergence hypothesis in touristic industries of territories — locations of tourist recreational clusters on the example of the South of Russia. *ESPACIOS*, 2018, vol. 39, no. 36, pp. 27. URL: https://www.researchgate.net/publication/334591450_Investigation_of_the_convergence_hypothesis_in_touristic_industries_of_territories_-_locations_of_tourist_recreational_clusters_on_the_example_of_the_South_of_Russia.

12. Yakimenko M., Zhertovskaja E., Gorelova G., Pshenichnykh Y. Elaboration of the system of indicators for the territorial tourist potential evaluation based on the cluster approach to tourism development. *ESPACIOS*, 2018, vol. 39, no. 36, pp. 31. URL: https://www.researchgate.net/publication/334591542_Elaboration_of_the_system_of_indicators_for_the_territorial_tourist_potential_evaluation_based_on_the_cluster_approach_to_tourism_development_Elaboracion_del_sistema_de_indicadores_para_la_evaluacion_.

13. Farai Chigora, Clever Vutete. Strengthening Tourism Market Equilibrium: Case of Zimbabwe Tourism Destination. *Issues in Economics and Business*, 2015, vol. 1, no. 2, pp. 24—31. URL: <http://www.macrothink.org/journal/index.php/ieb/article/view/8690>.

14. Farai Chigora, Clever Vutete. Elasticity of Demand a Critical Form Tourism Market Position: Understanding Zimbabwe Tourism Destination. *Case Studies in Business and Management*, 2015, vol. 2, no. 2, pp. 27—35. URL: <http://www.macrothink.org/journal/index.php/csmb/article/view/8571>.

15. Triarchi E., Karamanis K. Alternative Tourism Development: A Theoretical Background. *World Journal of Business and Management*, 2017, vol. 3, no. 1. URL: <http://www.macrothink.org/journal/index.php/wjbm/article/view/11198>.

Как цитировать статью: Янкина И. А., Нови И. Н. Стратегический потенциал туристского бизнеса в контексте социально-экономического развития региона // *Бизнес. Образование. Право*. 2020. № 3 (52). С. 118–123. DOI: 10.25683/VOLBI.2020.52.360.

For citation: Yankina I. A., Novi I. N. Strategic potential of tourism business in the context of socio-economic development of region. *Business. Education. Law*, 2020, no. 3, pp. 118–123. DOI: 10.25683/VOLBI.2020.52.360.