

3. Alihodzic V. *Brand identity factors: developing a successful Islamic brand*. Hamburg, 2012. 105 p.
4. Mahdzan N. S., Zainudin R., Che Hashim R., Sulaiman N. A. Islamic religiosity and portfolio allocation: the Malaysian context. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2017, vol. 10, no. 3, pp. 434—452.
5. Ratnasari R. T., Ula U. F., Sukmana R. Can store image moderate the influence of religiosity level on shopping orientation and customers' behavior in Indonesia? *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 2020, vol. 12, no. 1, pp. 78—96.
6. Vanany I., Maarif G. A., Soon J. M. Application of multi-based quality function deployment (QFD) model to improve halal meat industry. *Journal of Islamic Marketing*, 2019, vol. 10, no. 1, pp. 97—124.
7. Shovkhalov Sh. A. *Halal market in Russia: theory, practice and development prospects*. Moscow, INFRA-M, 2020. 243 p. (In Russ.)
8. Annabi C. A., Ibidapo-Obe O. O. Halal certification organizations in the United Kingdom: an exploration of halal cosmetic certification. *Journal of Islamic Marketing*, 2017, vol. 8, no. 1, pp. 107—126.
9. Fraedrich J., Althawadi O., Bagherzadeh R. A comparative analysis of the UN declaration, global business compact, and religious morals in determining global values for business and their application to Islamic marketing. *Journal of Islamic Marketing*, 2018, vol. 9, no. 4, pp. 913—934.
10. Naeem S., Ayyub R. M., Ishaq I., Sadiq S., Mahmood T. Systematic literature review of halal food consumption-qualitative research era 1990—2017. *Journal of Islamic Marketing*, 2019, vol. 11, no. 3, pp. 687—707.
11. Anam J., Sany Sanuri B. M. M., Ismail B. L. O. Conceptualizing the relation between halal logo, perceived product quality and the role of consumer knowledge. *Journal of Islamic Marketing*, 2018, vol. 9, no. 4, pp. 727—746.
12. Alam I. Interacting with Muslim customers for new service development in a non-Muslim majority country. *Journal of Islamic Marketing*, 2019, vol. 10, no. 4, pp. 1017—1036.
13. Iranmanesh M., Mirzaei M., Parvin Hosseini S. M., Zailani S. Muslims' willingness to pay for certified halal food: an extension of the theory of planned behavior. *Journal of Islamic Marketing*, 2019, vol. 11, no. 1, pp. 14—30.
14. Ab Talib M. S., Abdul Hamid A. B., Chin T. A. Can halal certification influence logistics performance? *Journal of Islamic Marketing*, 2016, vol. 7, no. 4, pp. 461—475.
15. Zailani S., Iranmanesh M., Aziz A. A., Kanapathy K. Halal logistics opportunities and challenges. *Journal of Islamic Marketing*, 2017, vol. 8, no. 1, pp. 127—139.

Как цитировать статью: Шовхалов Ш. А. Особенности контроллинга товарных запасов на предприятиях рынка халяля в разрезе бизнес-процессов // Бизнес. Образование. Право. 2021. № 3 (56). С. 58—62. DOI: 10.25683/VOLBI.2021.56.333.

For citation: Shovkhalov Sh. A. Peculiarities of inventory controlling at halal market enterprises in the context of business processes. *Business. Education. Law*, 2021, no. 3, pp. 58—62. DOI: 10.25683/VOLBI.2021.56.333.

УДК 338.486
ББК 65.050

DOI: 10.25683/VOLBI.2021.56.335

Yankina Irina Anatolevna,

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

Янкина Ирина Анатольевна,

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

Novi Irina Nikolaevna,

Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor,
Head of the Department of Management,
Taganrog Institute of Management and Economics,
Russian Federation, Taganrog,
e-mail: i.novi@tmei.ru

Нови Ирина Николаевна,

канд. геогр. наук, доцент,
заведующий кафедрой управления,
Таганрогский институт управления и экономики,
Российская Федерация, г. Таганрог,
e-mail: i.novi@tmei.ru

ВЛИЯНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА НА РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА

INFLUENCE OF REGIONAL COMPETITIVENESS ON THE DEVELOPMENT OF TOURIST BUSINESS

08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством

08.00.05 — Economics and management of national economy

Статья раскрывает проблему взаимного влияния конкурентоспособности региона на развитие туристского бизнеса. Услуга туристского бизнеса предполагает удовлетворение рекреационных и культурных потребностей,

а привлекательность услуги (ее ценность для потребителя) обусловлена творческим характером ее исполнения, т. е. ее уникальностью, редкостью и неповторимостью. Уровень удовлетворенности потребителя от услуги

определяется ее восприятием и уровнем запросов клиентов. Качество оказываемых туристской сферой услуг зависит от уровня развития инфраструктуры. Индустрия гостеприимства формируется как комплекс взаимосвязанных отраслей, занятых созданием туристического продукта, имеющих общие экономико-технологические связи. Проведено сравнение особенностей характеристик Ростовской области, Краснодарского края, Ставропольского края. На основе экспертных оценок проведен анализ туристского потенциала регионов Юга России. На основе выделенных ключевых факторов успеха дана оценка конкурентоспособности территорий Юга России в сфере туризма, сделаны выводы о более выгодном положении Краснодарского края. Для этой территории характерны высокий уровень инвестиционной привлекательности, высокая квалификация персонала, выгодные природно-климатические условия и развитая инфраструктура гостеприимства. Улучшить ситуацию в соседствующих менее конкурентоспособных территориях можно посредством совершенствования внутренней среды (развитие инфраструктуры гостеприимства, эксклюзивных туристских услуг, предоставление информации о туроператорах и услугах (платформы), повышение квалификации персонала в сфере гостеприимства). Развитие указанных характеристик представляется тем направлением деятельности, которым должны заниматься представители туристского бизнеса Ставропольского края и Ростовской области. Отсутствие привлекательных природно-климатических ресурсов этих территорий можно компенсировать, делая акцент на удовлетворении рекреационных и культурных нужд потребителей туристского продукта.

The article describes a problem of the mutual influence of the region's competitiveness on the development of the tourism business. The service of tourism business implies satisfaction of recreational and cultural needs, and the attractiveness of the service (its value to the consumer) is due to the creative nature of its performance, i. e. its uniqueness, rarity and originality. The level of customer satisfaction with a service is determined by its quality and by the level of customer expectations. The quality of the services provided by the tourism sector depends on available infrastructure. The competitiveness factors for Rostov region, Krasnodar region and Stavropol region are compared. In addition, an expert assessment is done for various dimensions of tourist potential for these regions. On the basis of the identified key success factors, an assessment of the tourist competitiveness of the regions of the South of Russia is given. Conclusions are made about the more favorable position of the Krasnodar region. This region is characterized by a high level of investment attractiveness, highly qualified personnel, favorable climate conditions, and a developed hospitality infrastructure. The situation in the less competitive regions could be improved by: developing hospitality infrastructure; providing information about tour operators and services via online platforms; developing exclusive tour services; increasing qualifications of personnel in the hospitality industry. Representatives of the tourism industry in the Stavropol region and the Rostov region should focus their efforts on developing these factors. The lack of attractive natural and climatic resources of these territories can be compensated by focusing on meeting the recreational and cultural needs of the consumers of the tourist product.

Ключевые слова: туристский бизнес, рекреационные ресурсы региона, Ростовская область, Краснодарский край, Ставропольский край, конкурентоспособность региона, услуга туризма, экспертные оценки, туристский потенциал, ключевые факторы успеха, туристские дестинации.

Keywords: tourism business, system analysis, recreational resources of the region, Rostov region, Krasnodar region, Stavropol region, regional competitiveness, tourism service, expert assessments, tourism potential, key success factors, tourist destinations.

Введение

Актуальность данной темы обусловлена тем, что конкурентоспособность региона формируется в рамках многокритериальной оценки, которая включает комплекс показателей, характеризующих уровень развития экономики, стратегический потенциал и привлекательность территории для развития бизнеса и проживания граждан. Регионы, предлагающие более высокий уровень жизни и развитую инфраструктуру, становятся аттракторами для миграционных процессов, увеличивая входящие финансовые потоки. Привлекательные для туризма регионы пополняют свой бюджет за счет платежеспособного спроса приезжих, что еще больше повышает их социально-экономический статус. Таким образом, туристский бизнес играет значительную роль в развитии потенциала территории.

Целесообразность разработки темы связана с необходимостью формирования конкурентоспособного пространства в рамках создания в России туристской зоны и генерации оптимальных условий для развития данного вида бизнеса.

Научная новизна данного исследования обусловлена необходимостью поиска более эффективных моделей развития туристского бизнеса. Исследование делает акцент на изучении взаимного влияния туристского бизнеса и конкурентоспособности региона. Территориальные особенности региона становятся долгосрочными факторами, определяющими конкурентоспособность его туристской дестинации. Новизна исследования связана с определением характеристик региона, которые закладывают для его туристской отрасли основы конкурентных преимуществ высокого ранга. Важность поиска преимуществ высокого ранга связана с тем, что они генерируются на основе территориально-исторических особенностей региона и позволяют достигать более высокой прибыльности и дольше сохранять выгодные конкурентные позиции.

Цель исследования — проанализировать влияние конкурентоспособности региона на развитие туристского бизнеса на основе оценки составляющих туристского кластера. Для достижения поставленной цели решались следующие задачи:

- произвести обзор методов, использовавшихся для исследования данной проблемы в отечественной и зарубежной литературе;
- сравнить объективные показатели исследуемых территорий и сопоставить полученные данные с результатами экспертных оценок, данных по поводу туристического потенциала регионов Юга России;
- на основе результатов оценки конкурентоспособности территорий Юга России и ключевых факторов успеха туристской отрасли дать рекомендации по развитию туристского бизнеса.

Теоретическая и практическая значимость работы обусловлена актуализацией проблемы влияния конкурентоспособности региона на развитие туристского бизнеса. Подобная взаимосвязь позволяет повысить потенциал практики развития туристской сферы региона, который, в свою очередь, расширяет перспективы повышения конкурентоспособности самого региона. Теоретическая значимость работы обусловлена концентрацией исследовательского локуса на методах получения информации и определении совокупности факторов, имеющих регулятивное значение как для становления социально-экономической среды регионов, так и для формирования для туристической отрасли наиболее перспективных траекторий развития в рамках конкретных территориальных условий.

Основная часть

Методологическая основа. Исследовательский интерес к проблеме совершенствования управленческих процессов в стратегии и тактике развития туризма обусловлен его большим социально-экономическим потенциалом. Развитие альтернативных форм устойчивого туризма позволяет сформировать новую философию туризма. Eirini Tgiarchi, Kostas Karamanis [1] связывают конкурентоспособность современного туризма с параметрами его интерактивности и творчества, которые объединяют местное население, а также природную и человеческую среду принимающих территорий. Как отмечает Логунцова И. В., «туризм оказывает мультипликативный эффект» [2]. Очевидно и обратное влияние: чем выше конкурентоспособность и экономическое благополучие региона, тем шире возможности для развития туризма. Данную специфику развития туристской отрасли фиксируют и анализируют в своих работах Леонидова Е. Г. [3, 4], Ласси М. Ю. [5], Мусаева Е. С. [6], Левина Я. Г., Карлина Е. П., Макарова Т. А. [7], Джимова С. Б. [8]. Ряд исследователей переносят акцент на возможность эмерджентности, возникающей в ходе как объединения туристских индустрий регионов (Komang Gede Santhyasa, Syamsul Alam Paturusi, Nyoman Sukma Arida [9]), так и взаимодополнения, сотрудничества различных отраслей в туристском регионе (Vaso V. Jegdić, Dragica Tomka, Mladen Knežević, Marko Koščak, Srdjan Milošević, Iva Škrbić, Ksenija Keča [10]).

Вышеотмеченное акцентирует внимание на развитии методологического инструментария. Исследователи в данном направлении используют несколько подходов. Во-первых, в работах Каранатовой Л. Г., Евсюковой А. В. производится анализ статистики как въездного, так и выездного туристского потока [11]. Во-вторых, это применение традиционных методов математической статистики (дисперсия, стандартное отклонение, коэффициенты вариации и концентрации, энтропия и асимметрия) для оценки регионального финансового неравенства, динамики разброса ВВП на душу населения (или другой показатель дохода), когда особое внимание уделяется причинно-следственной связи между туризмом (прибытие или доход) и экономическим развитием (Pshenichnykh Y., Yakimenko M., Zhertovskaja E., Grinenko S. [12]). Еще один подход предлагает Куклина Е. А. [13], рассматривающая ситуацию с помощью Индекса конкурентоспособности сектора путешествий и туризма (ТТСИ), который определяется на основании таких критериев, как природные ресурсы, культурное наследие и деловой туризм. Четвертый

подход базируется на анализе данных субъективного характера. В частности, выделяются показатели, характеризующие уровень туристской привлекательности и состояние туристских дестинаций. На основе мнения экспертов сделаны выводы о наиболее важных факторах в повышении конкурентоспособности туристской отрасли и региона (Shao-Ping Wang, Miao-Sheng Chen, Mou-Jian Li [14]). Последний подход, на наш взгляд, является более целесообразным для решения поставленной цели. Это связано с тем, что решаемые в ходе исследования задачи являются слабоструктурированными, а экспертные оценки успешно справляются с подобным классом задач и позволяют систематизировать основные характеристики исследуемого объекта.

Результаты. Исследование базируется на изучении регионов Юга России — Ростовской области, Краснодарского края и Ставропольского края. Анализ туристской сферы этих регионов является логическим продолжением исследования направлений развития туристского бизнеса [15] и проведенного SWOT-анализа сферы туризма Ростовской области [16]. Необходимость соотнести факторы, обеспечивающие конкурентоспособность региона с возможностью развития туризма, продиктована спецификой самой туристской услуги и релевантностью определенных характеристик региона с компонентами и составляющими туристского кластера.

В частности, особого внимания заслуживает вопрос о природно-географических и агрогеографических ресурсах региона (табл. 1). Анализируемые регионы относятся к территориям с прекомфортными и комфортными условиями, создающими все предпосылки для развития рекреационного хозяйства, отличаются природными условиями и ресурсами. Сравнение показывает, что наиболее конкурентоспособным является Краснодарский край, имеющий более удачные природно-климатические параметры. Имеющиеся у регионов различия предопределяют структуру и территориальные особенности специализации их социально-экономической системы, специфику сферы обслуживания, основные туристские маршруты.

Экспертная оценка при проведении сравнительного анализа позволяет отразить общее восприятие туристской привлекательности территории для потребителя. Субъективные оценки играют существенную роль в формировании образа туристической сферы территории. Туристическая сфера, как сфера услуг, строит свой имидж на субъективных оценках, так как объективные показатели не дают возможности в полной мере осмыслить качество получаемых услуг.

Туристская услуга, как любая услуга, сопровождается эмоциональной окраской и уровнем удовлетворенности. Экспертная оценка туристского потенциала регионов проводилась по политико-географическим, природно-географическим, аграрно-географическим, транспортно-географическим, рекреационно-географическим компонентам (рис. 1). Экспертами выступали представители академических кругов, работники туристской сферы и активные потребители туристского продукта. Данные показывают, что на первом месте находится Краснодарский край (суммарный балл оценки компонентов и составляющих туристского кластера составил 45). При этом оценка Ставропольского края — 42 балла, а Ростовской области — 38 баллов.

Таблица 1

Сравнительная характеристика регионов

Характеристики	Ставропольский край	Краснодарский край	Ростовская область
Площадь территории, тыс. км ²	66,5	75,5	100,8
Численность населения	2 792 796	5 683 947	4 181 486
Средняя зарплата, январь 2021 г., руб.	32 323	37 729	35 574
Средняя летняя температура воздуха	+23...+25 °С	+23...+28 °С	+22...+24 °С
Максимальная летняя температура воздуха	+42,0 °С	+40,7 °С	+41,2 °С
Продолжительность лета, дни	Около 140	155...160	Около 150
Природная зона	Степная и полупустынная	Степная, предгорная и горная	Степная
Прожиточный минимум на душу населения, 2021 г., руб.	11 653	11 397	11 053
Общий объем доходов областного бюджета, тыс. руб.	129 573 343,78	301 752 654,1	212 193 420,5

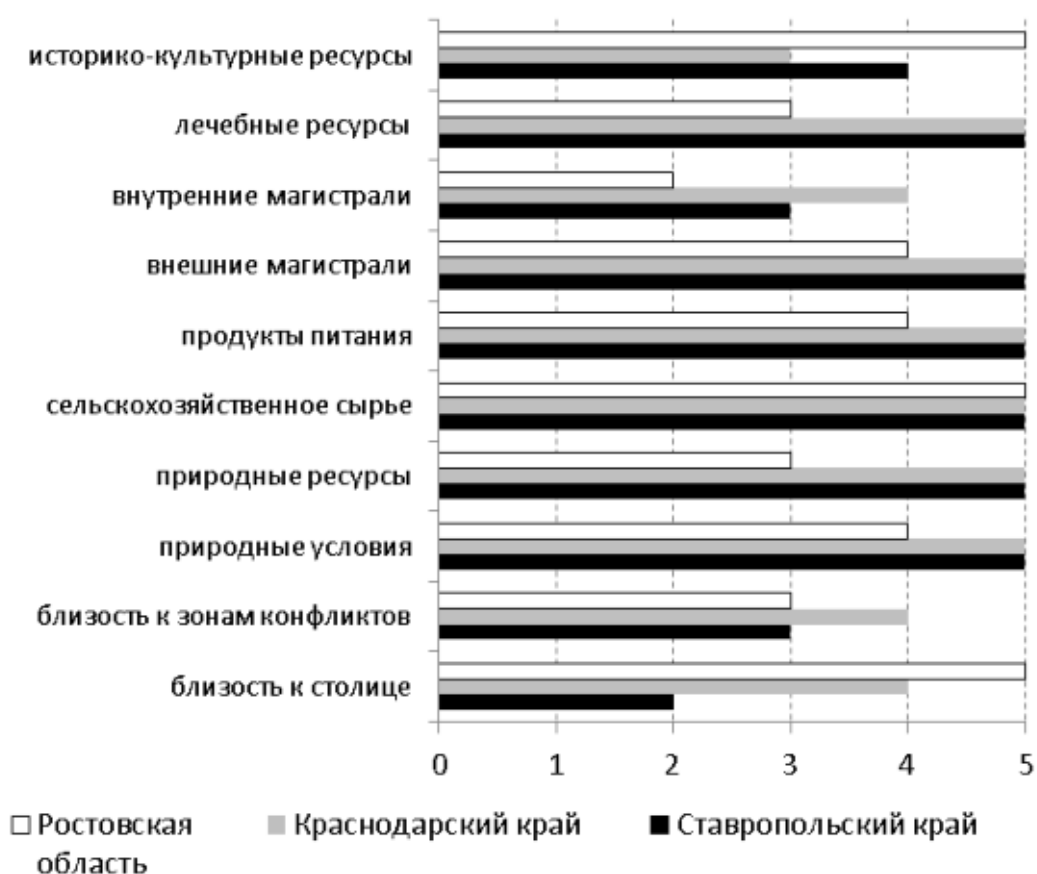


Рис. Сравнительный анализ туристического потенциала регионов Юга России (в баллах)

Ключевые факторы успеха туризма (табл. 2) связаны с уровнем социально-экономического развития региона, в котором предлагается туристская услуга.

Сравнивая экспертные оценки по поводу конкурентоспособности территорий Юга России, можно сделать выводы о более выгодном положении Краснодарского края. Для этой территории характерны высокий уровень инвестиционной привлекательности, высокая квалификация персонала, выгодные природно-климатические условия и развитая инфраструктура гостеприимства. Соседству-

ющие территории менее конкурентоспособны по причинам прежде всего внутреннего характера (недостаточно развитая инфраструктура гостеприимства; отсутствие информации о туроператорах и услугах (платформы); отсутствие (нехватка) эксклюзивных тур-услуг; недостаточная квалификация и опыт персонал в сфере гостеприимства). Развитие указанных характеристик представляется тем направлением деятельности, которым должны озаботиться представители туристского бизнеса Ставропольского края и Ростовской области.

Экспертная оценка ключевых факторов успеха отрасли

Ключевые факторы успеха туристской отрасли	Коэффициент	Ростовская область		Краснодарский край		Ставропольский край	
		Средний балл	Скорректированная оценка	Средний балл	Скорректированная оценка	Средний балл	Скорректированная оценка
Выгодные природно-климатические условия	0,15	3,66	0,55	5	0,75	4,66	0,7
Развитая инфраструктура гостеприимства	0,15	3,66	0,55	5	0,75	3,66	0,55
Наличие исчерпывающей информации о туроператорах и услугах (платформы)	0,15	3,66	0,55	3,66	0,55	3	0,45
Квалифицированный и опытный персонал в сфере	0,2	2,66	0,53	4,33	0,86	3	0,6
Наличие эксклюзивных тур-услуг	0,15	3,16	0,47	4,33	0,65	3	0,45
Инвестиционная привлекательность	0,2	3,33	0,66	4,66	0,93	3,66	0,73
Итого	1		3,31		4,49		3,48

Заключение

Проведенный анализ показывает, что конкурентоспособность туристской отрасли в сравниваемых регионах существенно связана с конкурентоспособностью региона, удачным сочетанием его ресурсов. Туризм является перспективной основой для пополнения экономических ресурсов региона, так как финансовые потоки в отрасли и технологический ритм (финансово-хозяйственный цикл) оказания услуг определяются способностью заинтересовать платежеспособного клиента в предлагаемых туристских маршрутах. Регионы, обделенные привлекательными географическими ресурсами, могут осуществлять успешное развитие сферы туризма на основе следующих особенностей данной услуги:

1) услуги туристской отрасли предполагают удовлетворение рекреационных и культурных потребностей, что является перспективной возможностью для тех регионов, где для потребителя недостаточно привлекательны климатические параметры территории;

2) привлекательность услуги (ее ценность для потребителя) обусловлена, в некоторой степени, творческим характером ее исполнения, т. е. ее уникальностью, редкостью и неповторимостью;

3) качество оказываемых туристской сферой услуг зависит от уровня развития инфраструктуры, так как индустрия гостеприимства формируется как комплекс взаимосвязанных отраслей, занятых созданием туристского продукта, имеющих общие экономико-технологические связи.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Triarchi E., Karamanis K. Alternative tourism development: a theoretical background // World Journal of Business and Management. 2017. Vol. 3. No. 1. Pp. 35—54.
2. Логунцова И. В. Индустрия туризма в условиях пандемии коронавируса: вызовы и перспективы // Государственное управление. Электронный вестник. 2020. Вып. 80. С. 50—67.
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. Ласси М. Ю. Анализ подходов к оценке конкурентоспособности регионального туризма в России // Baikal Research Journal. 2017. Vol. 8. No. 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-podhodov-k-otsenke-konkurentosposobnosti-regionalnogo-turizma-v-rossii/viewer>.
6. Мусаева Е. С. Региональный туризм в России: современное состояние и пути развития // Вестник университета. 2017. № 6. С. 83—87.
7. Левина Я. Г., Карлина Е. П., Макарова Т. А. Малое предпринимательство как социально-экономическая основа развития туристической отрасли региона // Вестник АГТУ. Сер. : Экономика. 2017. № 4. С. 105—110.
8. Джимова С. Б. Принципы и тенденции развития туристического комплекса в регионах Российской Федерации // Естественно-гуманитарные исследования. 2019. № 26(4). С. 93—98.
9. Tourism destination development policies in the regional spatial system of Karangasem Regency, Bali, Indonesia / K. G. Santhyasa, S. A. Paturusi, N. Sunarta, N. S. Arida // International Journal of Social Science Research. 2020. Vol. 8. No. 2. Pp. 252—265.
10. Improving tourist offer through inter-destination cooperation in a tourist region / V. V. Jegdić, D. Tomka, M. Knežević, M. Koščak, S. Milošević, I. Škrbić, K. Keča // International Journal of Regional Development. Vol. 3. No. 1. Pp. 31—49.

11. Каранатова Л. Г., Евсюков А. В. Отображение политики протекционизма в современной туристской отрасли // Управленческое консультирование. 2018. № 6. С. 102—110.
12. 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.
13. Куклина Е. А. Государственная поддержка сферы туризма и рекреации в России: факторы повышения конкурентоспособности, риски, перспективы развития // Управленческое консультирование. 2017. № 8. С. 43—54.
14. Shao-Ping Wang, Miao-Sheng Chen, Mou-Jian Li. A study on the evaluation indicators for developing regional tourism and recreational systems // International Journal of Human Resource Studies. 2019. Vol. 9. No. 2. Pp. 1—8.
15. Янкина И. А., Нови И. Н. Проблемы развития бизнеса в туристической сфере // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2018. № 3. С. 170—175.
16. Янкина И. А., Нови И. Н. Стратегический потенциал туристического бизнеса в контексте социально-экономического развития регионов // Бизнес. Образование. Право. 2020. № 3(52). С. 118—123.

REFERENCES

1. Triarchi E., Karamanis K. Alternative tourism development: a theoretical background. *World Journal of Business and Management*, 2017, vol. 3, no. 1. pp. 35—54.
2. Loguntsova I. V. The tourism industry in the context of the coronavirus pandemic: challenges and prospects. *Public administration. Electronic bulletin*, 2020, iss. 80, pp. 50—67. (In Russ.)
3. Leonidova E. G. The 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 the development of the territory*, 2017, iss. 4(90), pp. 67—78. (In Russ.)
5. Lassi M. Yu. Analysis of approaches to assessing the competitiveness of regional tourism in Russia. *Baikal Research Journal*, 2017, vol. 8, no. 2. (In Russ.) URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-podhodov-k-otsenke-konkurentosposobnosti-regionalnogo-turizma-v-rossii/viewer>.
6. Musaeva E. S. Regional tourism in Russia: current state and ways of development. *Vestnik Universiteta*, 2017, no. 6, pp. 83—87. (In Russ.)
7. Levina Ya. G., Karlina E. P., Makarova T. A. Small business as a socio-economic basis for the development of the tourism industry in the region. *Vestnik of the Astrakhan State Technical University. Series: Economics*, 2017, no. 4, pp. 105—110. (In Russ.)
8. Dzhimova S. B. Principles and trends in the development of the tourist complex in the regions of the Russian Federation. *Natural and humanitarian research*, 2019, no. 26(4), pp. 93—98. (In Russ.)
9. Santhyasa K. G., Paturusi S. A., Sunarta N., Arida N. S. Tourism destination development policies in the regional spatial system of Karangasem Regency, Bali, Indonesia. *International Journal of Social Science Research*, 2020, vol. 8, no. 2, pp. 252—265.
10. Jegdić V. V., Tomka D., Knežević M., Koščak M., Milošević S., Škrbić I., Keča K. Improving tourist offer through inter-destination cooperation in a tourist region. *International Journal of Regional Development*, vol. 3, no. 1, pp. 31—49.
11. Karanatova L. G., Evsyukov A. V. Mapping the policy of protectionism in the modern tourism industry. *Management Consulting*, 2018, no. 6, pp. 102—110. (In Russ.)
12. 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. 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.
13. Kuklina E. A. State support of tourism and recreation in Russia: factors of increasing competitiveness, risks, development prospects. *Administrative Consulting*, 2017, no. 8, pp. 43—54. (In Russ.)
14. Shao-Ping Wang, Miao-Sheng Chen, Mou-Jian Li. A Study on the Evaluation Indicators for Developing Regional Tourism and Recreational Systems. *International Journal of Human Resource Studies*, 2019, vol. 9, no. 2, pp. 1—8.
15. Yankina I. A., Novi I. N. Problems of business development in the touristic sphere. *Humanities, socio-economic and social sciences*, 2018, no. 3, pp. 170—175. (In Russ.)
16. Yankina I. A., Novi I. N. Strategic potential of tourism business in the context of socio-economic development of regions. *Business. Education. Law*, 2020, iss. 3(52), pp. 118—123. (In Russ.)

Как цитировать статью: Янкина И. А., Нови И. Н. Влияние конкурентоспособности региона на развитие туристского бизнеса // Бизнес. Образование. Право. 2021. № 3 (56). С. 62—67. DOI: 10.25683/VOLBI.2021.56.335.

For citation: Yankina I. A., Novi I. N. Influence of regional competitiveness on the development of tourist business. *Business. Education. Law*, 2021, no. 3, pp. 62—67. DOI: 10.25683/VOLBI.2021.56.335.