
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 338.48

А. В. Аверин

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва,
e-mail: alex.averin@mail.ru

К. К. Поздняков

АНО ДПО «Академия ПСБ», Москва, e-mail: kk.pozdnyakov@gmail.com

Б. Свагдиене

Литовский спортивный университет, Каунас, e-mail: biruta.svagzdiene@lsu.lt

О ПРОБЛЕМАХ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИИ

Ключевые слова: туризм, индустрия гостеприимства, устойчивое развитие, государственное управление, проблемы и ограничения.

Туризм является важной движущей силой экономического роста как на национальном, так и на региональном уровне. Этот сектор в случае его перманентного роста может стать триггером устойчивого развития российской экономики, которая сегодня находится в состоянии стагнации. Развитие туристической отрасли во многом определяется эффективностью государственного управления, осуществляемого в рамках разрабатываемых государственных программ и планов развития туризма. Несмотря на то, что общие тенденции роста в этом динамичном секторе до начала пандемии коронавируса были положительными, устойчивому развитию туризма и индустрии гостеприимства в России препятствуют проблемы, требующие срочного решения на государственном уровне. Цель данного исследования – выявить особенности развития туризма и индустрии гостеприимства в Российской Федерации в аспекте основных проблем, препятствующих росту отрасли. Методом исследования служит критический анализ российских и зарубежных источников и литературы по проблемам устойчивого развития туризма и управления данным процессом на государственном уровне. Кроме того, экономико-статистические методы анализа рядов динамики, методы выявления основной тенденции и прогнозирования использованы авторами для расчетов динамики отдельных показателей развития отрасли. В ходе анализа были рассмотрены особенности и проблемы развития туризма и индустрии гостеприимства в России. Выявлены и обобщены вызовы и возможности развития туризма и индустрии гостеприимства в условиях пандемии. Сделан вывод о необходимости корректировки целей и меры по развитию сферы туризма в соответствии с условиями развития пандемии при сохранении основных приоритетов реализуемой политики. Предложены перспективные меры развития отрасли. Результаты данного исследования могут быть учтены при разработке государственных программ и проектов развития туризма в России.

A. V. Averin

Financial University under the Government of Russian Federation, Moscow,
e-mail: alex.averin@mail.ru

K. K. Pozdnyakov

ANO PGPE “PSB ACADEMY”, Moscow, e-mail: kk.pozdnyakov@gmail.com

B. Svagdiene

Lithuanian Sports University, Kaunas, e-mail: biruta.svagzdiene@lsu.lt

ON PROBLEMS OF TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY DEVELOPMENT IN RUSSIA

Keywords: tourism, hospitality industry, sustainable development, public administration, problems and limitations.

Tourism is an important driver of economic growth at both the national and regional levels. This sector, in case of its permanent growth, can become a trigger for the sustainable development of the Russian

economy, which is currently in a state of stagnation. The development of the tourism industry is largely determined by the effectiveness of public administration carried out within the framework of the developed state programs and plans for the development of tourism. Despite the fact that the overall growth trends in this dynamic sector were positive before the coronavirus pandemic, the sustainable development of tourism and the hospitality industry in Russia is hampered by problems that require urgent solutions at the state level. The purpose of this study is to identify the features of the development of tourism and the hospitality industry in the Russian Federation in terms of the main problems hindering the growth of the industry. The research method is a critical analysis of Russian and foreign sources and literature on the problems of sustainable tourism development and management of this process at the state level. In addition, the economic and statistical methods of analyzing the series of dynamics, methods of identifying the main trend and forecasting are used by the authors to calculate the dynamics of individual indicators of the development of the industry. During the analysis, the features and problems of the development of tourism and the hospitality industry in Russia were considered. The challenges and opportunities for the development of tourism and the hospitality industry in the context of a pandemic are identified and summarized. It is concluded that it is necessary to adjust the goals and measures for the development of the tourism sector in accordance with the conditions of the development of the pandemic while maintaining the main priorities of the implemented policy. Promising measures for the development of the industry are proposed. The results of this study can be taken into account when developing state programs and projects for the development of tourism in Russia.

Введение

Российская Федерация обладает высоким туристическим потенциалом, при этом, занимая незначительное место на мировом туристическом рынке. В России вклад в ВВП и общую занятость, созданную путешествиями и туризмом, составляет 3,5-4% и 5,6%. Как развивающийся рынок и самая большая страна в мире, охватывающая два континента, в 2020 году Россию посетили около 6,4 миллиона иностранных туристов, поскольку страна закрыла границы с большинством стран из-за пандемии COVID-19. Выручка России в сегменте путешествий и туризма прогнозировалась на уровне 6,79 млрд долларов США в 2020 году. Доля путешествий и туризма в ВВП достиг почти 5% до пандемии. Согласно совместному прогнозу WTTC и Oxford Economics, к 2024 году доля туризма в ВВП России вырастет до 5,1% при росте на 51% в номинальном выражении (до 118,95 млрд долларов США) и на 16% в реальном выражении (до уровня долларов США). 90,62 миллиарда). Таким образом, устойчивое развитие туризма – одна из жизнеспособных альтернатив роста национальной экономики с меньшей опорой на традиционные отрасли.

В России туризм является важным направлением экономического развития, которое требует постоянного совершенствования форм и методов управления развитием туристической отрасли. Во всех сферах туристической деятельности, как на уровне государственных структур, так и бизнеса, ведется поиск новых форм работы, расширение продуктового предложения и углубление его специализации. Решение вопросов, связанных с развитием туризма в России,

адаптация отрасли к меняющимся внешним и внутренним условиям, совершенствование механизма государственного регулирования способствуют формированию тенденций развития туризма в стране на долгосрочную перспективу.

Росту конкурентоспособности и раскрытию потенциала туристского продукта Российской Федерации препятствуют ряд ограничений, оставшихся с предыдущих периодов планового развития [1; 2]. Для развития российской туристической отрасли необходима выработка комплексного подхода к государственному управлению туризмом и индустрией гостеприимства, учитывающего актуальные проблемы и вызовы. Одним из главных вызовов в настоящее время является преодоление стагнации отрасли туризма после пандемии коронавируса и последующих за ней ограничений.

Цель данного исследования состоит в выявлении существующих проблем в развитии туризма и индустрии гостеприимства в России для выработки рекомендаций по совершенствованию государственного управления туристической отраслью.

Материалы и методы исследования

Методом исследования служит критический анализ российских и зарубежных источников и литературы по проблемам устойчивого развития туризма и управления данным процессом на государственном уровне. Кроме того, для расчетов динамики отдельных показателей развития отрасли авторами использованы экономико-статистические методы анализа рядов динамики, методы выявления основной тенденции и прогнозирования.

Результаты исследования и их обсуждение

В большинстве развивающихся экономик государственная политика играет ведущую роль в стимулировании устойчивого развития туризма, и то же самое можно сказать о России. В постсоветской России правительство пренебрегло возможностями для развития гостиничного бизнеса и туризма, и в результате отрасль оказалась в глубоком кризисе. Однако все изменилось, когда российские власти стали уделять этому сектору больше внимания. В 2004 году было создано Федеральное агентство по туризму (Ростуризм), которое первоначально подчинялось непосредственно Правительству Российской Федерации, а затем находилось в ведении Министерства спорта, туризма и молодежной политики. С 2012 года Ростуризм находится в ведении Министерства культуры России, федерального органа исполнительной власти, отвечающего за разработку государственной политики и нормативных актов в сфере культуры, искусства, кино и туризма. Важность туризма для устойчивого социально-экономического развития в настоящее время признается на всех уровнях государственного управления.

Основным органом, отвечающим за российскую туристическую политику, является Минэкономразвития, в котором создан специальный Департамент туризма. До 2019 года Министерство культуры выполняло функции туризма в России (через Федеральное агентство по туризму), но эти функции были переданы Министерству экономического развития в связи с возрастающим значением туризма для общего развития страны.

Федеральное агентство по туризму, находящееся в настоящее время в ведении Министерства экономического развития, курирует региональные туристические агентства, которые несут ответственность за следующее: разработка документов стратегического планирования; создание и поддержание благоприятных условий для развития отрасли; доступ к туристическим ресурсам, коммуникациям и помощи; туристические информационные центры; системы навигации и ориентации; организация исследований в области туризма; мероприятия, поддерживающие приоритеты развития туризма.

Министерство экономического развития РФ сотрудничает с широким кругом других федеральных органов исполнительной вла-

сти в своей деятельности, особенно в сферах разработки туристической политики, обучения, безопасности туристов, инфраструктуры и сбора данных. Другое направление сотрудничества включает министерства отдельных регионов по развитию туризма в конкретных областях, а также заинтересованные министерства в развитии, например, экотуризма, культурного, спортивного, сельского и детского туризма.

Общий государственный бюджет на туризм на следующие три года составляет 6,6 млрд рублей, выделенных на 2020 год, с увеличением до 13,1 млрд рублей в 2021 году и 12,4 млрд рублей в 2022 году. Большая часть государственного бюджета выделяется на три приоритетных направления: развитие инфраструктуры и реализация инвестиционных проектов в сфере туризма (84% от общего бюджета); поддержка туроператоров, деятельность которых направлена на развитие въездного туризма (10%); и повышение качества туристского продукта (6%). Средний бюджет, выделяемый на деятельность центрального аппарата Федерального агентства по туризму (и региональных туристических агентств), составляет 134 млн рублей в год на трехлетний период с 2020 по 2022 год.

Основная задача Минэкономразвития и Федерального агентства по туризму – комплексное развитие внутреннего и въездного туризма. Их цель – добиться этого путем создания необходимых условий для развития и продвижения высококачественных туристических продуктов, конкурентоспособных как на внутреннем, так и на мировом рынках. Кроме того, Министерство и Федеральное агентство нацелены на усиление социальной роли туризма, повышение доступности туристско-рекреационных услуг для жителей Российской Федерации. При развитии туризма оба ведомства принимают во внимание экологические и социально-культурные воздействия, а также необходимость обеспечения безопасности туристов.

Государственные приоритеты и цели в области туризма на предыдущий период развития (2015-2020 гг.) были изложены в Стратегии развития туризма и Плана действий на период до 2020 года. Концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)» была разработана на базе организационно-методических основ и результатов реализации Федеральной целевой программы

«Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» [4]. В ходе реализации этой программы накоплен значительный опыт изучения и оценки туристического потенциала российских регионов.

В настоящее время утверждена новая Стратегия развития туризма на период до 2035 года [5]. В Стратегии до 2025 года сформулирована цель создания условий для эффективного развития туризма в России и достижения 70%-го увеличения вклада отрасли в национальный ВВП к 2025 году [4]. Достижение этой цели возможно, если объем услуг внутреннего и въездного туризма будет расти темпами, в два раза превышающими темпы роста российской экономики. Для целей данной Стратегии определены отдельные виды туризма, для развития которых требуется формирование специальных мер государственной поддержки, снятие административных и социально-экономических ограничений развития. К таким видам туризма относятся детский, культурно-познавательный, горнолыжный, круизный, экологический и деловой [там же].

Росту конкурентоспособности и раскрытию потенциала туристского продукта Российской Федерации препятствуют ряд ограничений, оставшихся с предыдущих периодов планового развития. Эти ограничения обуславливают отставание России по ряду показателей развития туристической отрасли от многих зарубежных стран [3]. На уменьшение туристического потока оказала сильное влияние пандемия коро-

навируса, из-за которой были практически приостановлены все туристические поездки. Число въездных поездок иностранных граждан в РФ снизилось почти в четыре раза в течение 2011-2021 гг. (рис. 1). Кроме того, вследствие введенных ограничений значительно снизился объем платных услуг в сфере туризма и гостиничного бизнеса (рис. 2). В 2020 году произошел резкий спад объема платных туристических услуг (почти -49% по сравнению с предыдущим годом) и платных услуг гостиниц (почти -27% по сравнению с предыдущим годом), что обусловлено введением карантинных мер вследствие пандемии коронавируса. В 2021 году объемы туристических и гостиничных услуг продолжили сокращаться. Ожидается, что в 2022 году данные показатели также будут снижаться и упадут ниже своего уровня в 2011 году.

Среди негативных тенденций развития сектора – острая нехватка квалифицированных кадров в сфере туризма и гостиничного бизнеса. Численность лиц, работающих в коллективных средствах размещения сократилась на 24% за последние 10 лет (рис. 3) [1].

Анализ проблем, ограничивающих развитие туризма в России, представленных в существующей литературе, позволил обобщить их и классифицировать на четыре основных вида (рис. 4).

В России катастрофически не хватает инвестиций в инфраструктуру. Для сравнения: при выручке в отрасли около 100 млрд рублей в год есть государственные инвестиции в размере около 1 млрд рублей [6].

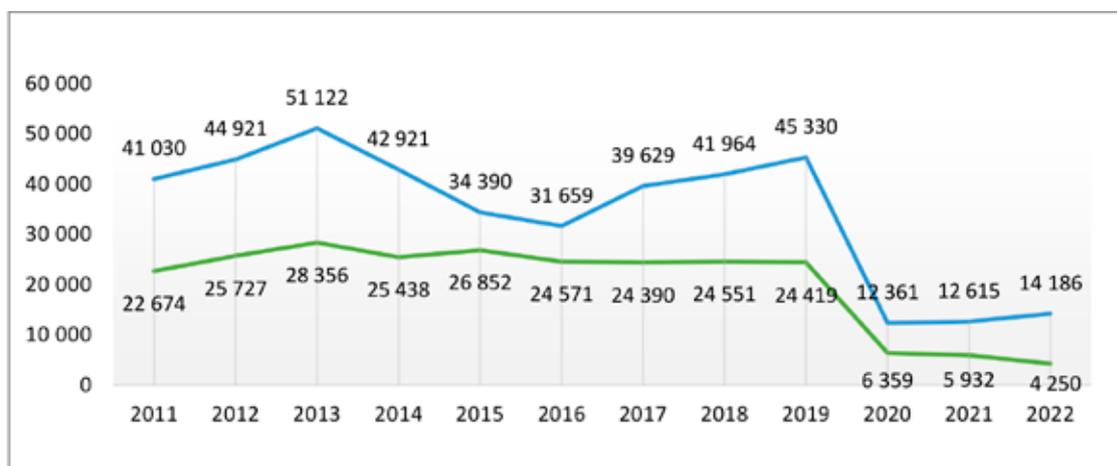


Рис. 1. Количество въездных и выездных туристических поездок 2011-2021 гг. (2022 год – прогноз)



Рис. 2. Динамика изменения объёма платных услуг в сфере туризма и гостиничного бизнеса

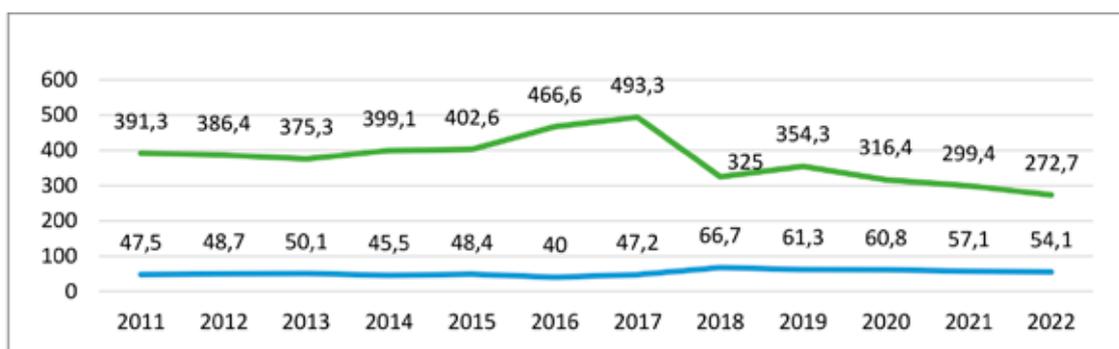


Рис. 3. Динамика количества лиц, работающих в сфере туризма и гостиничного бизнеса

Проблемы развития туризма	Слаборазвитая инфраструктура
	Неэффективное администрирование
	Инвестиционный климат
	"Ковидные" ограничения

Рис. 4. Основные проблемы и ограничения развития туризма и индустрии гостеприимства

Развитие инфраструктуры туризма зависит от пространственного положения региона. Исследования показывают дифференциацию развития в части избыточного предложения инфраструктуры размещения и недостатка объектов инфраструктуры питания, досуга и развлечения [7; 8]. В течение

многих лет российские туроператоры жаловались на качество перевозок и транспортных систем. Они просто не позволяют осуществлять быстрые и эффективные транспортные поездки между городами. Российские поезда более комфортны, но средняя скорость составляет всего 50-70 км в час [9].

Из-за низкого уровня конкуренции среди авиакомпаний тарифы на рейсы из Москвы в отдаленные районы действительно высоки.

Недофинансирование инфраструктуры в том числе приводит к тому, что состояние объектов культурно-исторического наследия не соответствует требованиям туристов. В условиях пандемии региональная и глобальная конкуренция в туристическом секторе обостряется: компании борются за одних и тех же клиентов.

В современном обществе потребления в большей степени востребованы туристические продукты, ориентированные на эмоциональность, максимальную вовлеченность, выразительность, развитие и проявление творческих способностей [10]. Виртуальное пространство существенно влияет на восприятие досуга, основой которого являются интенсивность, интерактивность, иллюстративный и захватывающий характер. В этих условиях традиционная музейная деятельность, связанная с сохранением и представлением исторических и культурных объектов и связанных с ними знаний, заменяется визуализацией, созданной с помощью мультимедийных технологий и активно внедряемой в выставочное пространство [2]. В этих условиях частные музеи могут быть наиболее гибкими, чтобы адаптироваться к меняющимся потребностям потребителей. Наиболее значительный опыт в этой области накоплен в городских округах [9].

Существует проблема недостаточной актуальности существующих методов предоставления услуг в сфере культурно-познавательного туризма, а также проблема удовлетворения обновляющихся потребностей потребителей туристическими достопримечательностями. Эксперты указывают на отсутствие профессиональных компетенций у представителей российской туристической индустрии [1; 11].

Современные условия развития индустрии туризма диктуют повышенные требования к туристическим продуктам, акцентируя внимание на их уникальности и подлинности. Уникальность может быть достигнута за счет актуализации местного декоративно-прикладного искусства и предоставления аутентичных туристических услуг, которые включают традиции и обычаи территории. Сегодня востребованы такие туристические

объекты, как национальная кухня или традиционная культура. Местные инициативы и традиции гостеприимства стимулируют развитие индустрии туризма. Подавляющее большинство опрошенных руководителей органов местного самоуправления считают поддержку местного населения и активную работу общественных организаций основополагающими факторами в развитии туристического сектора [11].

Здесь следует отметить, что туризм и индустрия гостеприимства — это (помимо гостиничных сетей) представители малого и среднего бизнеса. Это единственная отрасль, которая очень сложно формировать свои потребности. Отечественный рынок гостиничного бизнеса переживает трудные времена. Несмотря на ежегодное увеличение числа гостиниц и аналогичных средств размещения и наблюдаемый с 2002 г. рост, основным катализатором роста российской гостиничной индустрии является размещение номерного фонда (до 70%) в зонах повышенной проходимости — Москвы и Санкт-Петербурга [12]. Загрузка номерного фонда в среднем по отрасли составляет около 50%. При этом, по показателям обеспеченности номерным фондом Россия в расчете на душу населения до сих пор отстает от стран ЕС [13].

Наблюдается снижение уровня клиентского спроса. Результатом низкого потребления становится резкое сокращение расходов на содержание гостиниц и, как следствие, ухудшение качества обслуживания. Как и обычные отели, небольшие гостиничные компании, сталкивающиеся с кризисом, страдают от сокращения клиентов [14]. При этом, независимые гостиничные предприятия, которые чаще всего относятся к субъектам малого и среднего бизнеса, особенно уязвимы, как к непрерывным сдвигам в экономике, так и к непредсказуемым событиям, будучи более чувствительными к финансовым колебаниям денежных потоков, изменениям в законодательстве и к меняющимся требованиям потребителей.

Такое влияние усиливается внутренними характеристиками небольших гостиничных предприятий (ограниченные ресурсы для противодействия кризису и отсутствие навыков антикризисного управления у менеджмента предприятий). В числе трудностей, испытываемых данными предприятиями, эксперты отмечают снижение прибы-

ли и рентабельности, увеличения проблем с дебиторской задолженностью [11; 15]. В гостиничном бизнесе наблюдается постоянный рост числа банкротств.

Действующая нормативно-правовая база регулирования сектора характеризуется недостатками нормативной базы для привлечения и поддержки частных инвесторов и контроля и оценки эффективности инвестиций:

1) недоразвитость инструментов поддержки инвесторов;

Одна из проблем – низкая рентабельность туристического бизнеса. При профессиональном расчете рентабельность колеблется от 1% до 5%. Программа льготного кредитования работает не так, как ожидалось. Инвестиции возвращаются уже около 10 лет и это неэффективно. В бизнесе произошел катастрофический рост затрат, которые добавляются к продукту.

Из-за этого снижается конкурентоспособность. В результате даже такие регионы как Сочи и Крым начинают проигрывать конкурентам – Египту, Турции.

2) модернизация статистического учета и критериев эффективности.

Статистический учет в сфере туризма требует серьезной модернизации. Предполагается, что реальное количество туристов, больше отраженных в статистической отчетности, но точные цифры недоступны. Необходимо использовать достижения цифровой экономики и возможности геолокации. Исходя из этого, можно оценить денежный поток туристической отрасли. Соответственно, прямой вклад туризма в ВВП может быть выше.

В таблице представлены вызовы и возможности развития туризма и индустрии гостеприимства в условиях пандемии.

Вызовы и возможности развития туризма и индустрии гостеприимства в условиях пандемии

Возможности	Вызовы
<ul style="list-style-type: none"> Россия ранее сталкивалась с различными кризисами и обладает потенциалом быстрого восстановления для борьбы с пандемией COVID-19. 	<ul style="list-style-type: none"> Коронавирус, влияющий на мировую туристическую индустрию с потерями в размере 1 триллиона долларов США; По данным Всемирного туристического форума, 70 % туристического сектора остановилось, и воздействие вируса на сектор растет.
<ul style="list-style-type: none"> Действие системы QR-кодов позволяют отелям работать в соответствии с гигиеническими стандартами с лета 2020 года. 	<ul style="list-style-type: none"> Введение широких ограничений на поездки, массовая отмена встреч, конференций и мероприятий, а также личные проблемы со здоровьем и резкое сокращение будущих бронирований.
<ul style="list-style-type: none"> У России есть возможность зарекомендовать себя как подходящее место для отдыха в любое время года и в любом регионе фокус может возродить туризм после COVID-19. 	<ul style="list-style-type: none"> Приостановлены полеты в районы повышенного риска, увеличивается число закрытие отелей, краткосрочное закрытие границ до тех пор, пока вспышка не стабилизируется.
<ul style="list-style-type: none"> Развитие культурного, оздоровительного туризма, привлекающего посетителей как из Европы, так и из других стран. 	<ul style="list-style-type: none"> Дальнейшее распространение коронавируса и его мутация будет иметь негативные последствия для регионального туризма.
<ul style="list-style-type: none"> Правительство предоставляет различные стимулы для поддержки отрасли. 	<ul style="list-style-type: none"> Заполняемость отелей снизилась во всех регионах мира во время пандемии COVID-19. Эта ситуация также может негативно сказаться на России.
<ul style="list-style-type: none"> Несмотря на неопределенность в предыдущие годы, большинство крупных международных гостиничных групп не внесли существенных изменений в свои стратегии роста в России. 	<ul style="list-style-type: none"> Введение новых налогов и сборов, а также отмена отдельных мер поддержки отрасли могут увеличить расходы, негативно влияющие на конкурентоспособность.
<ul style="list-style-type: none"> Помимо того, что многие из ведущих мировых гостиничных сетей уже имеют сильное присутствие в стране и представлены многочисленные популярные бренды, существует обширная доступность недвижимости, предоставляющая возможности для дальнейшего развития. 	<ul style="list-style-type: none"> Прямые иностранные инвестиции в экономику России снижаются из-за неопределенности и потенциального риска экономического спада, и инвесторы могут занять оборонительную позицию до конца пандемии.

Выводы

Российское правительство прилагает постоянные усилия для улучшения туристической инфраструктуры и оказания помощи российским регионам в их продвижении к устойчивому развитию туризма при эффективном использовании специфических конкурентных преимуществ региона. Тем не менее, многое еще предстоит сделать для обеспечения привлекательности России как для местных, так и для иностранных туристов, включая дальнейшее развитие туристической инфраструктуры, более широкое использование ИКТ в туризме, устранение нехватки квалифицированных кадров и разработку Федеральной программы по продвижению российского гостеприимства и разнообразия.

Стратегия развития туризма до 2035 года устраняет эти пробелы и предлагает мно-

жество новых возможностей как для местного, так и для международного бизнеса. Тем не менее, Стратегия была опубликована всего за несколько месяцев до того, как эпидемия COVID-19 переросла в пандемию. Цели и меры стратегии необходимо скорректировать, но приоритеты должны быть сохранены. По оценкам, инвестиции в устойчивость туризма и дигитализация сектора играют ключевую роль в повышении привлекательности России как туристического направления после пандемии. Спрос на туризм – один из ключевых показателей туристической стратегии. Необходимо оценить предполагаемые последствия пандемии COVID-19 для российского туристического спроса. Оценки должны описывать влияние коронавируса на туризм в России в целом.

Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финуниверситета.

Библиографический список

1. Будник В.Н., Силина Е.Д., Николаева Н.А. Современный опыт развития туризма в России и за рубежом: основные проблемы // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2019. Т. 13. № 1. С. 4-12.
2. Поздняков К.К., Трушина Е.А. Применение гибких технологий при проектном управлении в туристических компаниях на примере туроператора «ГТ-трэвел» // Инновационное развитие экономики. 2018. № 3 (45). С. 100-104.
3. Ларионова А.А., Черникова Л.И., Федлюк Е.В. Стратегические приоритеты развития внутреннего туризма – сбалансированное развитие субъектов Российской Федерации корпоративным бизнесом // Вопросы региональной экономики. 2019. № 3 (40). С. 56-68.
4. Стратегия государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года: итоги реализации и новые вызовы. Москва: Издание Государственной Думы, 2019. 57 с.
5. Распоряжение Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. № 2129-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» // СПС Консультант Плюс.
6. Боголюбова С.А., Рабодзей Ю.И., Тактаева О.А. Методы оценки эффективности развития туризма // Актуальные проблемы развития сферы услуг: сборник научных трудов / под ред. Ю.В. Долматеня, В.А. Ткачева. СПб., 2019. С. 57-63.
7. Поздняков К.К., Вержак В.А. Роль и потенциал туристской индустрии регионов СКФО в Российской Федерации // Экономика. Бизнес. Банки. 2019. Т. 8. С. 58-68.
8. Дадаева У.С., Камалутдинова Н.К. Стратегия развития туризма в регионах России: Республика Дагестан как перспективный регион для развития туризма // Экономика и предпринимательство. 2021. № 4 (129). С. 363-366.
9. Гуняева О.С., Харина Л.И., Ультан С.И. Влияние международного туризма на национальную экономику: подходы и методы оценки // Экономика и предпринимательство. 2021. № 1 (126). С. 306-309.
10. Gilmore A., O'Donnell A., Carson D., Cummins D. Factors influencing foreign direct investment and international joint ventures: A comparative study of Northern Ireland and Bahrain // International Marketing Review. 2003. Vol. 20. P. 195-215.
11. Каталева К.В. Международный туризм в Российской Федерации: состояние, проблемы, направления развития, внешнеполитические аспекты // Актуальные исследования. 2019. № 3 (3). С. 21-28.
12. Пустовойтенко С.И. Общие факторы трансформации туристских потоков в условиях современного развития туризма // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. 2019. № 10. С. 12-26.
13. Qiang L., Nikitinskiy E., Kulakhmetova G. The sustainable tourism development main trends in the era of world economy globalization // Теория и методика физической культуры. 2020. № 2 (60). С. 189-194.
14. Lynch M. Weathering the Storm: A Crisis Management Guide for Tourism Businesses. Matador: Leicester. UK. 2004. 131 p.
15. Selivanov V.V. Research of development possibilities of estates tourism in Crimea // Service and Tourism: Current Challenges. 2021. № 2. P. 109-118.