

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

С. Б. Болдырева

Калмыцкий государственный университет имени Б. Б. Городовикова,
Элиста, Россия

Механизмы развития туризма на региональном уровне многообразны, и их можно систематизировать по самым различным признакам. Тем не менее целесообразно представить общее видение системы таких механизмов через классические функции управления, к которым относятся анализ и планирование, организация, реализация, контроль. Управление развитием туризма на региональном уровне в сущности осуществляется в рамках указанных классических функций теории менеджмента. Вместе с тем оно характеризуется особенностями проявления каждой функции ввиду того, что практически все эти функции реализуются структурными подразделениями публичного аппарата в лице исполнительных органов региональной власти. С помощью основополагающих функций теории управления в статье даны рекомендации по совершенствованию существующих механизмов управления социально-экономическим развитием туризма в регионе. Автором сделан вывод, что повышение уровня социально-экономического развития региона на основе туризма требует оценки влияния туризма на региональное развитие, формирование новых экономически эффективных организационных форм и моделей управления в сфере рекреации и туризма.

Ключевые слова: территория, экономическое развитие, регион, кластер, кластеризация.

UPGRADING MECHANISMS OF MANAGING SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF TOURISM ON REGIONAL LEVEL

Saglar B. Boldyreva

Kalmyk State University named by B. B. Gorodovikov,
Elista, Russia

Mechanisms of developing tourism on the regional level are numerous and they can be systematized by different characteristics. However, it is better to give a general view of the system of such mechanisms through classical management functions that include analysis, planning, organization, realization and control. Management of tourism development on the regional level is carried out within the frames of the mentioned classical functions of management theory. At the same time management of tourism development on the regional level is characterized by special features of each function due to the fact that actually all these functions are performed by structural divisions of the public apparatus represented by executive bodies of regional authority. Through fundamental functions of the theory of management the article provides recommendations aimed at upgrading the present mechanisms of managing social and economic development of tourism in the region. The author comes to the conclusion that raising the level of social and economic development of the region on the basis of tourism requires assessment of tourism impact on regional development, shaping new economically efficient organizational forms and models of management in the field of recreation and tourism.

Keywords: territory, economic development, region, cluster, clustering.

Система стратегического управления экономикой в России находится в процессе развития. В связи с этим при обосновании экономической политики все больше внимания должно уделяться анализу потенциала экономического роста, а также имеющихся рисков и ограничений экономического развития [9].

Проблемы социально-экономического развития региона, а также факторы, влияющие на его развитие, стали предметом исследований в многочисленных работах зарубежных и отечественных авторов. Первые исследования, посвященные экономическим аспектам развития территорий, нашли отражение в трудах преимущественно зарубежных экономистов, в том числе А. Вебера [1], Р. Вернона [16], В. Кристаллера [15], А. Леша [8] и др.

В основу анализа и разработки предложений по совершенствованию механизмов управления социально-экономическим развитием региона на основе туризма на уровне органов региональной власти положены основополагающие функции теории управления. Основными механизмами реализации политики пространственного развития должны стать программы активизации основных отраслей экономики народного хозяйства и модернизация социальной инфраструктуры, расшивки узких мест транспортных коммуникаций [14].

Многообразие механизмов управления туризмом как фактора социально-экономического развития региона и перспективы их совершенствования представлены в табл. 1.

Рассмотрим содержание направлений совершенствования механизмов управления туризмом на региональном уровне.

В рамках функций анализа и планирования наиболее значимыми направлениями повышения эффективности управления социально-экономическим развитием на основе совершенствования механизмов развития туризма являются:

1. *Вовлечение в процессы планирования всех заинтересованных сторон туристской индустрии региона.*

Как показывает практика региональных органов власти, в процесс планирования (долгосрочного, среднесрочного и оперативного), как правило, не включаются все заинтересованные стороны в развитии туристской индустрии. Особенно важно с целью оптимального стратегического планирования включать в этот процесс такие стороны, как хозяйствующие субъекты туристской индустрии и потребители туристских продуктов. В противном случае разрабатываемые долгосрочные и краткосрочные программы развития туризма рискуют стать оторванными от реальности, в том числе от видения решения частных проблем хозяйствующими субъектами рынка туризма, всего комплекса потребностей потребителей туристского продукта и запросов других заинтересованных сторон.

Сложившаяся ситуация усугубляется в связи с противоречиями социально-экономического развития на региональном уровне. Об этом свидетельствуют результаты многочисленных исследований, в которых делаются выводы о существенной межрегиональной дифференциации социально-экономического развития российских регионов [2; 3; 7].

На рисунке приведены группы заинтересованных сторон в развитии индустрии туризма, которые требуется задействовать при разработке долгосрочных, среднесрочных и оперативных планов рассматриваемой отрасли.

2. *Управление развитием туризма в регионах на основе их группировки в рамках многомерной классификации и построения индексов конкурентоспособности.*

Многообразие российских регионов не позволяет применять единые подходы к управлению развитием туризма, использовать единые методы финансирования развития туризма в регионах и другие способы его поддержки. В этой связи требуется создание научно-методических основ обоснованной дифференциации регионов с целью определения приоритетных задач развития в них туризма.

Т а б л и ц а 1

**Перспективные направления совершенствования механизмов управления
социально-экономическим развитием региона на основе туризма
на уровне органов региональной власти**

Функции управления туризмом на уровне органов региональной власти	Механизмы управления в рамках функций	Перспективные направления совершенствования механизмов управления развитием туризма как фактором социально-экономического развития региона
Анализ и планирование	Механизмы долгосрочного планирования развития туризма в регионе (разработка концепций, стратегий, программ, планов мероприятий развития туризма)	Вовлечение в процессы планирования всех заинтересованных сторон туристской индустрии региона. Управление развитием туризма в регионах на основе их группировки в рамках многомерной классификации и построения индексов конкурентоспособности. Применение инновационных методик планирования. Проведение маркетинговых и экономических исследований состояния и перспектив развития туристского рынка региона силами структурных подразделений органов региональной и муниципальной власти
Организация управления региональной индустрией туризма и формирование регионального туристского продукта	Создание организационных структур управления туризмом. Распределение полномочий между организационными структурами. Создание благоприятных условий	Создание на региональном уровне дополнительных организационных форм управления развитием туризма, специализирующихся на выполнении отдельных функций развития региональной туристской индустрии. Совершенствование механизмов создания региональной инфраструктуры туризма, в том числе расширение сфер применения механизмов государственно-частного партнерства. Создание механизмов развития перспективных видов туризма, позволяющих максимально реализовать скрытый потенциал внутреннего туризма
Реализация мер по развитию туризма путем стимулирования и активизации	Коммуникационная политика органов региональной власти. Координация реализации мер по развитию туризма. Стимулирование деятельности субъектов хозяйствования	Скоординированная политика маркетинга и продвижения регионального туристского продукта. Установление понятных очертаний образа региона для потребителя. Выбор тематических направлений регионального туристского продукта. Участие региональной и муниципальной администрации в продвижении образа региона (дестинации) на внутреннем и внешнем туристских рынках. Использование инновационных методик продвижения регионального образа и туристского продукта на зарубежных рынках с использованием виртуальных средств коммуникации с потребителем, в том числе в социальных сетях
Учет, анализ и контроль	Учет статистической информации в индустрии туризма. Механизмы контроля и мониторинга развития туризма на региональном уровне	Совершенствование механизмов учета, расширение системы статистических показателей, используемых для учета. Совершенствование механизмов информационного обеспечения туризма в регионе. Включение в системы индикативного планирования на региональном уровне результатов потребительских исследований рынка туристских услуг

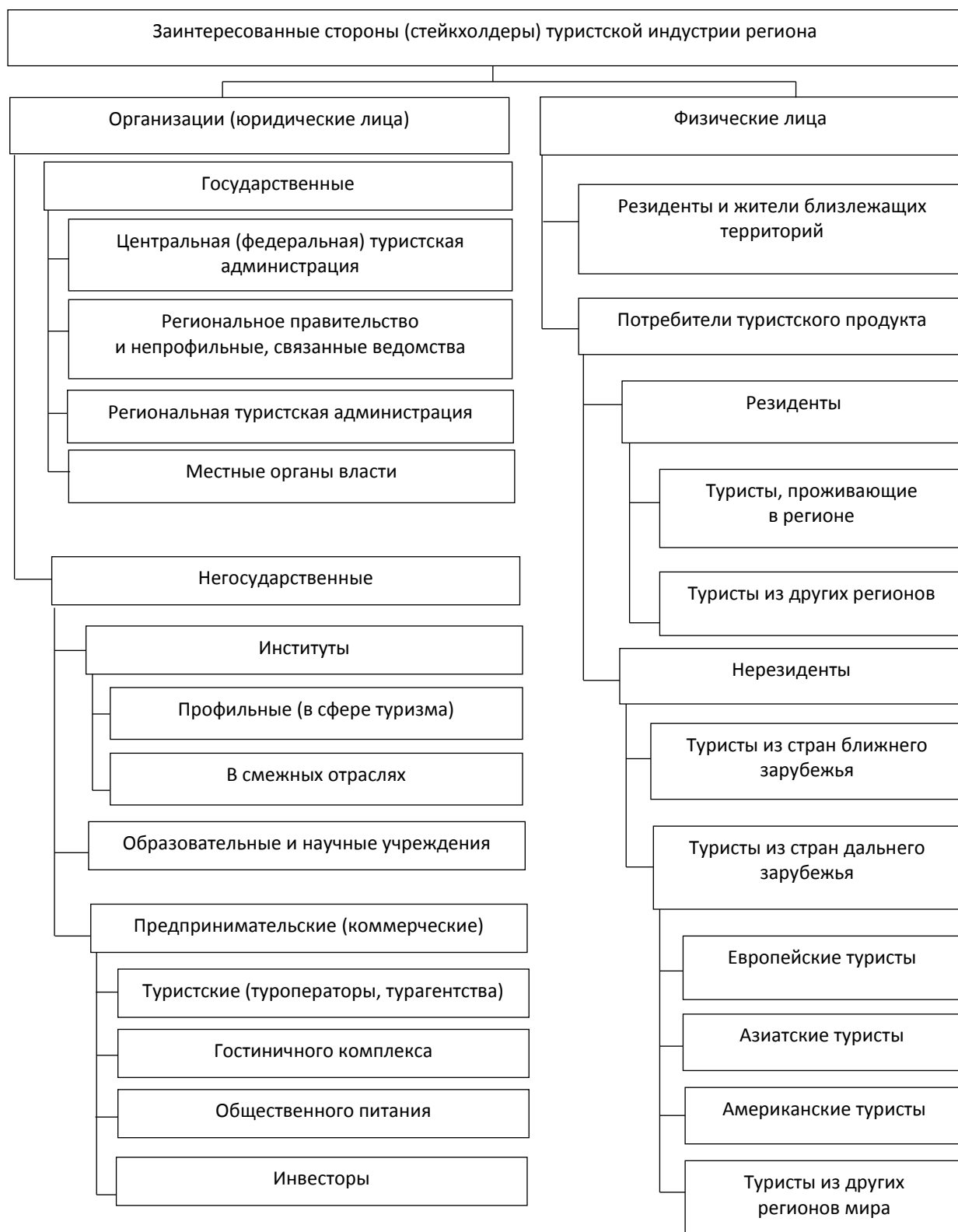


Рис. Группы заинтересованных сторон (стейкхолдеров), позиции которых требуется принять к учету при формировании планов развития туристской индустрии региона

В федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)», утвержденной Постановлением Правительства Российской Федерации от 2 августа 2011 г. № 644 (в редакции от 7 февраля 2018 г.), предусмотрен кластерный подход к развитию туризма в регионах, согласно которому предполагается концентрация на ограниченной территории предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристского продукта, а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами.

Между тем такой подход не позволяет решить проблему определения позиции того или иного региона, значимости и приоритетов в его отношении среди других субъектов Российской Федерации. Ре-

шение этой проблемы лежит в использовании многомерной классификации (кластеризации) в отношении регионов и входящих в них туристских районов на основе системы значимых с точки зрения развития туризма показателей.

В настоящее время развитие кластерных инициатив в регионах России является актуальным. Сегодня многие регионы Российской Федерации имеют значительный потенциал для создания и развития подобного рода структур. Однако на практике этот потенциал реализуется не в полной мере, и многие кластерные инициативы остаются невоплощенными [6].

Многомерная кластеризация регионов и входящих в них районов может проводиться как по частным, так и по интегральным показателям развития туризма (табл. 2).

Таблица 2

Поле частных и интегральных показателей для целей многомерной классификации (кластеризации) регионов и входящих в них районов как условие повышения эффективности региональной политики развития туризма

Образованные частными показателями интегральные показатели развития туризма	Частные показатели для многомерной классификации	Единица измерения	Источник показателей	Уровень применения показателей	
				Региональная многомерная классификация	Внутрирегиональная многомерная классификация
1	2	3	4	5	6
Индекс потенциала развития туризма	Количество объектов туристской индустрии на душу населения	Ед.	Официальная статистическая служба	+	+
	Число объектов социально-культурного значения	Ед.	Официальная статистическая служба	+	+
	Значимость объектов социально-культурного значения в восприятии туристов	Балл	Опросы экспертов/туристов	+	+
	Число объектов исторического значения	Ед.	Официальная статистическая служба	+	+
	Значимость объектов исторического значения в восприятии туристов	Балл	Опросы экспертов/туристов	+	+
	Природно-климатический потенциал	Балл	Опросы экспертов/туристов	+	+
	Количество объектов гостиничной инфраструктуры на душу населения	Ед.	Официальная статистическая служба	+	+
	Количество объектов общественного питания на душу населения	Ед.	Официальная статистическая служба	+	+

Продолжение табл. 2

1	2	3	4	5	6
	Сила бренда региона	Балл	Опросы экспертов/туристов	+	+
	Численность работников, занятых в туристской сфере, на душу населения	Чел.	Официальная статистическая служба	+	+
	Инвестиции в развитие туризма на душу населения	Руб.	Официальная статистическая служба	+	+
	Транспортная доступность	Ед.	Официальная статистическая служба	+	+
	Уровень информатизации	Балл	Опросы экспертов/туристов	+	+
Индекс конкурентоспособности туризма	Восприятие туристами образа региона/района	Балл	Опросы экспертов/туристов	+	+
	Удовлетворенность туристов качеством оказанных услуг	Балл	Опросы экспертов/туристов	+	+
	Лояльность туристов к туристскому бренду (региона, района)	Балл	Опросы экспертов/туристов	+	+
	Доля въездных туристских поездок в общем объеме поездок	%	Официальная статистическая служба	+	+
	Доля выездных туристских поездок в общем объеме поездок	%	Официальная статистическая служба	+	+
	Доля иностранных туристов в общей численности туристов	%	Официальная статистическая служба	+	+
	Показатели состояния транспортной инфраструктуры (автодорожной, портовой, воздушной, железнодорожной)	Ед.	Опросы экспертов/туристов	+	+
Индекс влияния туризма на социально-экономическое развитие	Доля занятых в сфере туризма от общей численности занятых	%	Официальная статистическая служба	+	+
	Соотношение доходов в сфере туризма и средних доходов по другим отраслям экономики	Ед.	Официальная статистическая служба	+	+
	Доля туризма в ВРП региона	%	Официальная статистическая служба	+	-
	Доля туризма в региональном производстве продукции	%	Официальная статистическая служба	+	-
	Доля налоговых отчислений от деятельности туристских организаций в доходах регионального бюджета	%	Официальная статистическая служба	+	-
	Затраты туристов на одного жителя	Руб.	Официальная статистическая служба	+	+
	Доля инвестиций в туризм в общем объеме инвестиций	%	Официальная статистическая служба	+	+
	Доля прибыльных организаций в сфере туризма к общему числу прибыльных организаций	%	Официальная статистическая служба	+	+

Окончание табл. 2

1	2	3	4	5	6
	Доля прибыльных организаций в сфере туризма к общему числу организаций	%	Официальная статистическая служба	+	+
	Доля выручки организаций сферы туризма в общем объеме выручки организаций	%	Официальная статистическая служба	+	+

3. Применение инновационных методик прогнозирования и планирования в развитии туристской индустрии региона.

Туризм играет не только важную роль в экономическом росте многих национальных экономик [11]. Его скоординированное развитие на региональном уровне как условие повышения уровня его социально-экономического развития требует применения методик планирования, позволяющих учесть запросы, потребности и целевые установки заинтересованных сторон.

К таким методикам может быть отнесена форсайт-технология. Практический опыт использования данной технологии весьма невелик, хотя в теоретическом плане некоторые исследования данной проблематики уже проводились [4; 5; 10; 12; 13]. Реализацию технологии форсайта в отношении индустрии туризма на региональном уровне можно представить в виде последовательности этапов (табл. 3).

Таблица 3

Этапы реализации технологии форсайта в прогнозировании и планировании развития туризма в регионе

Этап	Содержание этапа	Ответственные за реализацию этапа
1	2	3
I. Подготовительный этап	Подготовка специалистов в области форсайт-технологий	Региональная и муниципальная туристская администрация
	Создание временного структурного подразделения, ответственного за проведение форсайта	
	Утверждение состава временного структурного подразделения, ответственного за проведение форсайта	
	Утверждение механизма финансового обеспечения проведения форсайта: - создание фонда для проведения форсайта; - проведение конкурса на закупку услуг по проведению форсайта региональной туристской администрацией	
	Разработка и утверждение концепции проведения форсайта развития туризма в регионе: цели, задачи, принципы, результаты	
	Сбор информации о состоянии туризма в регионе. Систематизация информации.	
	Выделение наиболее значимых проблем в развитии регионального туризма.	
	Определение характера влияния таких проблем на состояние туризма в регионе в будущем	
	Определение состава экспертов для проведения форсайт-сессии. Оценка возможностей сбора экспертов в единое время	
	Утверждение списка потенциальных участников форсайт-сессии	
II. Проведение форсайта	Выбор методик проведения форсайта. Методы качественных экспертных оценок. Сценарные семинары Карты ЛПР. Мозговой штурм. Гражданские панели. Экспертные панели. Прогноз гения.	Региональная и муниципальная туристская администрация

1	2	3
	Интервью. Обзор литературы. Деревья целей/логические схемы. Ролевые, симуляционные игры. Сценарии/сценарные семинары. Научная фантастика. Симуляционные игры. Обследования. SWOT-анализ. Анализ стейкхолдеров. Бенчмаркинг. Ключевые/критические технологии. Метод распознавания джокеров (критических факторов, wild cards). Методы количественного анализа. Многокритериальный анализ. Библиометрия. Опрос, голосование. Индикаторы, анализ временных рядов. Индикаторы. Моделирование. Патентный анализ. Морфологический анализ. Экстраполяция тенденций/анализ воздействия. Методы стратегического анализа и планирования. Разработка прогнозных моделей. Многокритериальный анализ. Построение сценариев. Составление дорожных карт	
	Распределение методик в соответствии с концепцией проведения форсайта	
	Утверждение графика проведения форсайт-сессий	
	Установление горизонта предвидения	
	Выбор методов продвижения результатов форсайта	
	Проведение форсайт-сессий и систематизация направлений развития туризма в регионе	
	Систематизация полученных результатов	
III. Анализ результатов форсайта	Разработка карты будущего развития туризма в регионе Составление отчета и прогнозов развития туризма в регионе в соответствии со сценариями	Региональная и муниципальная туристская администрация, эксперты

4. Инициация и проведение маркетинговых исследований состояния и перспектив развития туристского рынка региона силами структурных подразделений органов региональной и муниципальной власти.

Как показывает анализ функций и полномочий организационных подразделений региональной администрации, ответственных за развитие туризма, проведение специальных экономических и маркетинговых исследований практически не включается в перечень функций и полномочий данных профильных в туризме органов. Такое положение дел, на наш взгляд, связано не только с финансовой стороной вопроса, решение которого требует дополнительных средств для реализации, но и с

вопросами подготовки квалифицированных специалистов, вопросами понимания целесообразности включения данного направления управления развитием туризма в перечень компетенций региональных туристских администраций.

Создание регионального туристского продукта как основы развития регионального туризма, востребованного как на внутреннем, так и на внешнем рынке, требует, помимо основных мероприятий (рационального использования туристских ресурсов, развития туристской и вспомогательной инфраструктуры, организации эффективного управления предприятиями в сфере туризма), проведения подготовительной аналитической работы на всех

уровнях управления туристским продуктом. Формирование сильных региональных брендов в сфере туризма в современных условиях становится основным фактором обеспечения конкурентного преимущества региональной туристской индустрии. В этой связи проведение маркетинговых и комплексных экономических исследований сферы туризма не может оставаться только функцией негосударственных структур (институтов и коммерческих организаций сферы туризма).

В рамках таких исследований, инициированных, финансируемых и проводимых региональной туристской администрацией при поддержке специализированных исследовательских агентств, требуется решать задачи:

1) оценки восприятия туристами-резидентами и туристами-нерезидентами регионального туристского продукта и регионального туристского комплекса по следующим аспектам:

- отношение;
- удовлетворенность оказанными услугами;
- готовность рекомендовать;
- ассоциативные связи;
- сравнение с конкурентными региональными туристскими комплексами;

2) исследования отношения предприятий в сфере туризма и гостиничной сфере к проводимой региональной туристской администрацией политике по развитию туризма;

3) исследования отношения инвесторов в сфере туризма к проводимой региональной туристской администрацией политике по развитию туризма;

4) построения и обоснования прогнозов развития туристского рынка на среднесрочный период;

5) оценки результативности мер по продвижению региональной туристской администрацией бренда регионального туристского комплекса на внутренних и внешних рынках.

В рамках функции организации в сложившихся условиях функционирования

российской индустрии туризма наиболее значимыми перспективными направлениями совершенствования механизмов развития туризма на региональном уровне являются:

1. *Создание на региональном уровне дополнительных организационных форм управления развитием туризма, специализирующихся на выполнении отдельных функций развития региональной туристской индустрии.*

В целях получения синергетических эффектов за счет координации и осуществления согласованных туристских мер целесообразно (в зависимости от целей и ресурсов конкурентного региона) дополнить региональные туристские администрации структурными подразделениями, ответственными:

- а) за проведение маркетинговых исследований;
- б) развитие социально значимых и перспективных направлений туризма;
- в) вопросы экологического обеспечения и озеленения туристских зон в целях развития туризма;
- г) формирование бренда регионального туристского комплекса;
- д) координацию подготовки специалистов в сфере туризма.

2. *Совершенствование механизмов создания региональной инфраструктуры туризма, в том числе расширение сфер применения механизмов государственно-частного партнерства.*

В развитии регионального туризма в недостаточной степени задействован такой механизм создания объектов инфраструктуры, как государственно-частное партнерство. По данным исследования Центра развития государственно-частного партнерства на 2019 г., из 2 446 проектов, реализуемых в рамках государственно-частного механизма взаимодействия, только 155 приходились на туризм и смежные отрасли (6,3%), в том числе:

- на сферу здравоохранения и санаторно-курортного лечения – 91 реализуемый проект;
- сферу культуры и досуга – 27 реализуемых проектов;

- сферу реставрации объектов культурного наследия – 14 проектов;
- непосредственно на сферу туризма – 23 проекта.

Мировая практика в сфере туризма показывает, что создание наиболее сильных аттракторов (объектов, обладающих свойствами, которые привлекают туристов-резидентов и туристов-нерезидентов, формируя цели посещения таких объектов), предполагающих существенные инвестиции, осуществлялось на основе механизмов государственно-частного партнерства. В качестве таких примеров можно привести:

- создание Национального парка Крюгера в ЮАР (один из крупнейших национальных парков), в котором обитает более 250 тыс. животных, а в инфраструктуру парка входят аэропорт, кемпинги, госпиталь, автомобильные дороги, магазины, рестораны, спортивные центры и др.;
- создание развлекательного центра Диснейленд во Франции как основного аттрактора в развитии развлекательного туризма. Строительство инженерной инфраструктуры центра было профинанси-

ровано правительством Франции в размере 400 млн евро, после чего 1,9 тыс. га земли было продано частному инвестору WaltDisney по цене сельскохозяйственных угодий. Частной стороной партнерства было проинвестировано 100 млн евро собственных средств и привлечено 1 млн евро на фондовом рынке и у банковских организаций. Одной из преференций для частного инвестора стало предоставление налоговой льготы в виде ставки 5,5% (вместо 18,6%). Данный объект развлекательного туризма позволяет привлечь около трети всех туристов в страну и приносит около 6,3% туристских доходов.

Таким образом, повышение уровня социально-экономического развития региона на основе туризма требует, кроме разработанного методологического подхода, оценки влияния туризма на региональное развитие, формирования новых экономически эффективных организационных форм и моделей управления в сфере рекреации и туризма, в том числе на региональном уровне.

Список литературы

1. Вебер А. Теория размещения промышленности. – Л.; М., 1926.
2. Гасникова А. А., Волова Ю. А. Межрегиональная экономическая дифференциация на севере и пути ее сглаживания // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2012. – № 47. – С. 9–13.
3. Дубровская Ю. В. Межрегиональное взаимодействие как инструмент управления дифференциацией региональных социально-экономических систем: кластерный подход // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. – 2016. – № 4 (31). – С. 117–126.
4. Иевлев Н. В. Форсайт туристической сферы – новая технология использования историко-экономического потенциала региона // Информационные технологии и системы: управление, экономика, транспорт, право. – 2013. – № 2-2 (11). – С. 39–46.
5. Костин К. Б. Форсайт развития технологий дополненной реальности в международном туризме // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2016. – № 6 (102). – С. 57–63.
6. Курченко В. В., Пономарева Л. В., Фетисова О. В. Особенности структурной идентификации и классификация региональных экономических кластеров // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. – 2018. – № 2. – С. 112–118.
7. Леонтьев Е. Д. Методика оценки межрегиональной дифференциации экономического пространства // Известия Юго-Западного государственного университета. – 2017. – Т. 21. – № 3 (72). – С. 93–103.
8. Леш А. Пространственная организация хозяйства. – М. : Наука, 2007.

9. Порфирьев Б. Н., Широков А. А., Узиков М. Н., Гусев М. С., Шокин И. М. Основные направления социально-экономического развития в 2020–2024 гг. и на период до 2035 г. // Проблемы прогнозирования. – 2020. – № 3. – С. 3–15.
10. Романова Г. М. Форсайт-анализ рынка труда индустрии туризма и гостеприимства: основание для актуализации образовательных стандартов высшего образования // Мир педагогики и психологии. – 2016. – № 1. – С. 68–78.
11. Фетисова О. В., Курченко В. В. Кластерный подход в управлении региональными туристическими дестинациями в области историко-культурного туризма на примере Волгоградской области // Этносоциум и межнациональная культура. – 2017. – № 9. – С. 80–88.
12. Филиппов Ю. Ю. Методические аспекты разработки прогноза развития туризма в Калининградской области на основе использования форсайт-технологий // Российские регионы: взгляд в будущее. – 2015. – Т. 2. – № 4 (5). – С. 76–88.
13. Шарафутдинова Е. В. Востребован ли технологический форсайт современным туризмом? // Туризм: право и экономика. – 2007. – № 1. – С. 2–6.
14. Широков А. А., Михеева Н. Н., Гусев М. С., Савчишина К. Е. Макроэкономическая стабилизация и пространственное развитие экономики // Проблемы прогнозирования. – 2019. – № 5. – С. 3–15.
15. Christaller W. Central Places in Southern Germany. Englewood Cliffs. – New Jersey, 1966.
16. Vernon R. International Investment and International Trade in the Product Cycle // Quarterly Journal of Economics. – 1966. – May. – P. 190–207.

References

1. Weber A. Teoriya razmeshcheniya promyshlennosti [Theory of Industrial Placement]. Leningrad; Moscow, 1926. (In Russ.).
2. Gasnikova A. A., Volova Yu. A. Mezhregionalnaya ekonomicheskaya differentsiatsiya na severe i puti ee sglazhivaniya [Interregional Economic Differentiation in the North and Ways to Smooth it]. *Natsionalnye interesy: priority i bezopasnost* [National Interests: Priorities and Security], 2012, No. 47, pp. 9–13. (In Russ.).
3. Dubrovskaya Yu. V. Mezhregionalnoe vzaimodeystvie kak instrument upravleniya differentsiatsiey regionalnykh sotsialno-ekonomicheskikh sistem: klasternyy podkhod [Interregional Interaction as a Tool for Managing the Differentiation of Regional Socio-Economic Systems: Cluster Approach]. *Vestnik Permskogo universiteta. Seriya: Ekonomika* [Bulletin of Perm University. Series: Economics], 2016, No. 4 (31), pp. 117–126. (In Russ.).
4. Ievlev N. V. Forsayt turisticheckoy sfery – novaya tekhnologiya ispolzovaniya istoriko-ekonomicheskogo potentsiala regiona [Foresight of the Tourist Sphere – a New Technology for Using the Historical and Economic Potential of the Region]. *Informatsionnye tekhnologii i sistemy: upravlenie, ekonomika, transport, pravo* [Information Technologies and Systems: Management, Economy, Transport, Law], 2013, No. 2-2 (11), pp. 39–46. (In Russ.).
5. Kostin K. B. Forsayt razvitiya tekhnologiy dopolnennoy realnosti v mezhdunarodnom turizme [Foresight of the Development of Augmented Reality Technologies in International Tourism]. *Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta* [Proceedings of the Saint Petersburg State University of Economics], 2016, No. 6 (102), pp. 57–63. (In Russ.).
6. Kurchenkov V. V., Ponomareva L. V., Fetisova O. V. Osobennosti strukturnoy identifikatsii i klassifikatsiya regionalnykh ekonomicheskikh klasterov [Features of Structural Identification and Classification of Regional Economic Clusters]. *Vestnik Astrakhanskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Seriya: Ekonomika* [Bulletin of the Astrakhan State Technical University. Series: Economics], 2018, No. 2, pp. 112–118. (In Russ.).

7. Leontev E. D. Metodika otsenki mezhregionalnoy differentsiatsii ekonomicheskogo prostranstva [Method of Estimating Inter-Regional Differentiation of Economic Space]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta* [Proceedings of Southwestern State University], 2017, Vol. 21, No. 3 (72), pp. 93–103. (In Russ.).
8. Lesh A. Prostranstvennaya organizatsiya khozyaystva [Spatial Organization of Economy]. Moscow, Nauka, 2007. (In Russ.).
9. Porfirev B. N., Shirov A. A., Uzyakov M. N., Gusev M. S., Shokin I. M. Osnovnye napravleniya sotsialno-ekonomicheskogo razvitiya v 2020–2024 gg. i na period do 2035 g. [The Main Directions of Socio-Economic Development in 2020–2024 and for the Period up to 2035]. *Problemy prognozirovaniya* [Problems of Forecasting], 2020, No. 3, pp. 3–15. (In Russ.).
10. Romanova G. M. Forsayt-analiz rynka truda industrii turizma i gostepriimstva: osnovanie dlya aktualizatsii obrazovatelnykh standartov vysshego obrazovaniya [Foresight-Analysis of the Labor Market of the Tourism and Hospitality Industry: the Basis for Updating Educational Standards of Higher Education]. *Mir pedagogiki i psikhologii* [World of Pedagogy and Psychology], 2016, No. 1, pp. 68–78. (In Russ.).
11. Fetisova O. V., Kurchenkov V. V. Klasternyy podkhod v upravlenii regionalnymi turistskimi destinatsiyami v oblasti istoriko-kulturnogo turizma na primere Volgogradskoy oblasti [Cluster Approach in the Management of Regional Tourist Destinations in the Field of Historical and Cultural Tourism on the Example of the Volgograd Region]. *Etnosotsium i mezhnatsionalnaya kultura* [Ethnic Society and International Culture], 2017, No. 9, pp. 80–88. (In Russ.).
12. Filippov Yu. Yu. Metodicheskie aspekty razrabotki prognoza razvitiya turizma v Kaliningradskoy oblasti na osnove ispolzovaniya forsayt-tekhnologiy [Methodological Aspects of Developing a Forecast of Tourism Development in the Kaliningrad Region Based on the Use of Foresight Technologies]. *Rossiyskie regiony: vzglyad v budushchee* [Russian Regions: a Look into the Future], 2015, Vol. 2, No. 4 (5), pp. 76–88. (In Russ.).
13. Sharafutdinova E. V. Vostrebovan li tekhnologicheskii forsayt sovremennym turizmom? [Is Technological Foresight Demanded by Modern Tourism?]. *Turizm: pravo i ekonomika* [Tourism: Law and Economics], 2007, No. 1, pp. 2–6. (In Russ.).
14. Shirov A. A., Mikheeva N. N., Gusev M. S., Savchishina K. E. Makroekonomicheskaya stabilizatsiya i prostranstvennoe razvitie ekonomiki [Macroeconomic Stabilization and Spatial Development of the Economy]. *Problemy prognozirovaniya* [Problems of Forecasting], 2019, No. 5, pp. 3–15. (In Russ.).
15. Christaller W. Central Places in Southern Germany. Englewood Cliffs. New Jersey, 1966.
16. Vernon R. International Investment and International Trade in the Product Cycle. *Quarterly Journal of Economics*, 1966, May, pp. 190–207.

Сведения об авторе

Саглар Борисовна Болдырева

кандидат экономических наук, доцент,
заведующая кафедрой менеджмента КалмГУ.
Адрес: ФГБОУ ВО «Калмыцкий
государственный университет имени
Б. Б. Городовикова», 358000, Россия,
Республика Калмыкия, Элиста,
ул. Пушкина, д. 11.
E-mail: boldyreva_sb@mail.ru
ORCID.org/ID 0000-0002-7416-4839

Information about the author

Saglar B. Boldyreva

PhD, Assistant Professor,
the Head of the Department for Management
of the KalmSU.
Address: Kalmyk State University named
by B. B. Gorodovikov, 11 Pushkin Str.,
Elista, Republic of Kalmykia, 358000,
Russian Federation.
E-mail: boldyreva_sb@mail.ru
ORCID.org/ID 0000-0002-7416-4839