

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ НА ИНВЕСТИЦИОННУЮ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РЕГИОНА

А.С. Петренко, Н.Н. Решетникова, Р.М. Магомедов

Проведен анализ социально-экономического развития сферы услуг в Ростовской области в секторе делового туризма и индустрии встреч, конференций и выставок (MICE). Большое внимание уделено определению перспективных направлений развития туристских услуг. Выявлены риски и даны предложения по их минимизации. Авторы приходят к выводу, что с увеличением туристского потока и развитием туристской инфраструктуры повышается конкурентоспособность и инвестиционная привлекательность территории.

Ключевые слова: сфера услуг, деловой туризм, конкурентоспособность, инвестиционная привлекательность

Литература

1. «Итоги работы министерства экономического развития Ростовской области за прошедшие 5 лет, итоги реализации национальных проектов по направлению «Экономический рост» за 2019 год, задачи на 2020 год и до 2024 года». URL: <https://mineconomikiro.donland.ru/presscenter/lectures/133/> (дата обращения 20.02.2020).
2. Петренко А.С., Экиниль Г.Е. Оценка эффективности организации и проведения событийных мероприятий // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2019. № 4(107). С. 117-121.
3. Archer B. and Fletcher J. (1996). "The Economic Impact of Tourism in the Seychelles", *Annals of Tourism Research*, 23, 1: 32-47.
4. Crompton J.L., S. Lee, and T. Shuster (2001). «A Guide for Undertaking Economic Impact Studies: The Springfest Festival», *Journal of Travel Research*, 40 (1): 79-87.
5. Goymen K. (2000). Tourism and governance in Turkey. "Annals of Tourism Research", Vol. 27 (4): 1025-1048. [http://doi: 10.1016/S0160-7383\(99\)00127-9](http://doi: 10.1016/S0160-7383(99)00127-9)
6. ICCA releases largest ever statistics report for 2018 (ICCA) URL: <https://www.iccaworld.org/newsarchives/archivedetails.cfm?id=935584> (date of access 20.02.2020).
7. Javalgi R.G., Martin C.L., Young R.B. (2006). Marketing research, market orientation and customer relationship management: A framework and implications for service providers. "Journal of Services Marketing", Vol. 20(1): 12-23. <http://dx.doi.org/10.1108/08876040610646545>
8. Javalgi R.G., White D.S. (2002). Strategic challenges for the marketing of services internationally. "International Marketing Review", Vol. 19(6): 563-581. <http://dx.doi.org/10.1108/02651330210451926>
9. Kankulova L.A., Reshetnikova N.N. Sustainable Competitive Advantage of the International Business Tourism under Pressure of the Western Countries Sanctions // Экономика и предпринимательство. 2017. № 9-1(86). С. 180-187
10. Marques J., & Santos N. (2017). Business tourism development: a Portuguese perspective. *Cuadernos De Turismo*: 423-437. <https://doi.org/10.6018/turismo.40.310051>
11. Nordstrom K.A. The internationalization process of the firm: searching for new patterns and explanations. Stockholm: Stockholm School of Economics, 1990.
12. Oviatt B.M. & McDougall P.P. (2005). Defining international entrepreneurship and modeling the

speed of internationalization. Entrepreneurship Theory & Practice, 29(5). P. 537-553.

***Донской государственный технический университет,
г. Ростов-на-Дону
Ростовский государственный экономический университет
(РИНХ), г. Ростов-на-Дону***

26 апреля 2020 г.
