

DOI: <https://doi.org/10.15688/re.volsu.2024.3.17>UDC 332.122
LBC 65.053Submitted: 20.04.2024
Accepted: 27.05.2024

ECONOMIC EFFICIENCY ANALYSIS OF TOURISM AND HOSPITALITY ENTERPRISES OF CRIMEAN TOURIST DESTINATION

Victor V. Selivanov

Humanitarian-Pedagogical Academy (branch) Crimean Federal University named after V.I. Vernadsky in Yalta,
Yalta, Russian Federation

Marina V. Pleshakova

Moscow City University, Moscow, Russian Federation

Anastasiya L. Kriukova

Humanitarian-Pedagogical Academy (branch) Crimean Federal University named after V.I. Vernadsky in Yalta,
Yalta, Russian Federation

Abstract. The article examines the factors characterizing the quality of work of firms in the tourist and recreation sector, their manifestation, and their impact on the efficiency of activities in tourism, which is necessary to assess the prospects for the development of the Crimean republican tourist destination as a whole. Thus, in the perspective of sectoral development, the possibility of large enterprises to compete more effectively in international and national markets of tourist services is given. The study shows the role of each form of entrepreneurship in the development of the region's economy. Data on average annual number of employees and total assets of enterprises were suggested as estimated indicators that can characterize the scale of activity. The assessment of the economies of scale of enterprises in the Crimea as a whole and for the Greater Yalta subregion was carried out as a factor that influences the effective work of tourism and recreation firms. In the study, the economies of scale were considered a cost advantage that a firm receives by increasing production volume. It is assumed that such an advantage should arise due to the inverse relationship between fixed costs per unit of production and its quantity. That is, the larger the volume of products, the lower the fixed costs per unit of production. However, the results obtained indicate the lack of economies of scale and, as a result, the negative impact of such a situation on the efficiency of activities in general. The study used a wide range of general scientific methods – analysis and synthesis, abstract logic, system and correlation analysis, and others. The paper analyzes official statistical data on industry enterprises as well as research on this area.

Key words: indicators, tourism and hospitality enterprises, profitability, Republic of Crimea, tourism, economies of scale, efficiency, Southern coast of Crimea.

Citation. Selivanov V.V., Pleshakova M.V., Kriukova A.L., 2024. Economic Efficiency Analysis of Tourism and Hospitality Enterprises of Crimean Tourist Destination. *Regionalnaya ekonomika. Yug Rossii* [Regional Economy. South of Russia], vol. 12, no. 3, pp. 179-187. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/re.volsu.2024.3.17>

УДК 332.122
ББК 65.053Дата поступления статьи: 20.04.2024
Дата принятия статьи: 27.05.2024

АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА КРЫМСКОЙ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

Виктор Вениаминович Селиванов

Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского
в г. Ялте, г. Ялта, Российская Федерация

© Селиванов В.В., Плешакова М.В., Крюкова А.Л., 2024

Марина Владимировна Плешакова

Московский городской педагогический университет, г. Москва, Российская Федерация

Анастасия Леонидовна Крюкова

Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского
в г. Ялте, г. Ялта, Российская Федерация

Аннотация. В статье исследуются факторы, характеризующие качество работы организаций туристско-рекреационной сферы, их проявление и влияние на эффективность деятельности в сфере туризма, что необходимо для оценки перспектив развития крымской республиканской туристской дестинации в целом. Так, в перспективе развития отрасли отмечается возможность крупных предприятий более эффективно конкурировать на международном и национальном рынках туристских услуг. В проведенном исследовании отмечается роль каждой формы предпринимательства в развитии экономики региона. В качестве оценочных показателей, которые могут характеризовать масштабность деятельности, были предложены данные среднегодового списочного количества работников и совокупных активов предприятий. С помощью факторов, оказывающих влияние на эффективную работу организаций туристско-рекреационной сферы, проведена оценка эффекта масштаба предприятий в целом по Крыму и для субрегиона Большая Ялта. В проведенном исследовании эффект масштаба рассматривался в качестве преимущества в издержках, которое получает фирма, увеличивая объем производства. Предполагается, что такое преимущество должно возникать из-за обратной зависимости между фиксированными затратами на единицу продукции и ее количеством, то есть чем больше объем произведенной продукции, тем ниже фиксированные затраты на единицу продукции. Однако полученные результаты говорят об отсутствии реализации эффекта масштаба и вследствие этого отрицательном влиянии такой ситуации на эффективность деятельности в целом. В исследовании применялся широкий набор общенаучных методов, таких как анализ и синтез, абстрактно-логический, системный и корреляционный анализ и др. В работе проанализированы официальные статистические данные по предприятиям отрасли, а также литература по данному направлению исследования.

Ключевые слова: показатели, предприятия туризма и гостеприимства, рентабельность, Республика Крым, туризм, эффект масштаба, эффективность, Южный берег Крыма.

Цитирование. Селиванов В. В., Плешакова М. В., Крюкова А. Л., 2024. Анализ экономической эффективности предприятий сферы туризма и гостеприимства крымской туристской дестинации // Региональная экономика. Юг России. Т. 12, № 3. С. 179–187. DOI: <https://doi.org/10.15688/re.volsu.2024.3.17>

Постановка проблемы

Важным фактором, который влияет на эффективную работу предприятий и организаций, принято считать эффект масштаба, анализ которого был проведен на основании отчетных данных предприятий туристско-рекреационной сферы Республики Крым. Так, организациям, которые охватывают большой сегмент деловой активности, необходимо использовать в практической деятельности значительное количества ресурсов, что формирует их преимущественную позицию в разделении труда, экономии на постоянных издержках, использовании более производительного оборудования и формировании качественной инфраструктуры. При реализации этих возможностей более крупные предприятия имеют больше преимуществ не только в период активного сезона, они также обеспечивают более качественный продукт на основе своей широкой инфраструктуры в период межсезонья [Наливаиченко, 2018].

При рассмотрении организации работы предприятий туристско-рекреационной сферы ус-

тановлено, что на некоторых крупных предприятиях отрасли наблюдается низкая рентабельность деятельности, что вызывает интерес исследования такого явления в отрасли.

Положительное и отрицательное влияние эффекта масштаба предпринимательской деятельности, его значение в сфере туризма и гостеприимства, оценочные критерии использовались и применялись с учетом проведенного научного исследования материалов опубликованных трудов, приведенных в списке проанализированных источников.

**Особенности проявления
эффекта масштаба
в рекреационной сфере**

Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостеприимства характерна в основном для предприятий малого и среднего бизнеса. Работа предприятий и организаций с различными объемами хозяйственной активности имеет как преимущества, так и недостатки. Небольшие фирмы

более мобильны, активно участвуют в инновационной деятельности, оперативней приспосабливаются к изменяющимся рыночным условиям, однако не имеют достаточного финансирования инновационной деятельности, у них отсутствует необходимый кадровый резерв, что не позволяет достигнуть минимальной себестоимости продукции, как у предприятий среднего и крупного бизнеса [Макконнелл, Брю, Флинн, 2017].

В процессе развития туристской деятельности также неизбежно возникает концентрация и централизация капитала, что представляет собой положительное явление в условиях конкуренции на внешних рынках. Так, общеизвестным является тот факт, что более крупные предпринимательские структуры более конкурентоспособны за счет эффекта масштаба и результаты их деятельности характеризуются более высоким показателем рентабельности [Шарафудинов и др., 2023].

Каждая форма предпринимательства имеет как преимущества, так и недостатки (табл. 1).

Роль малого предпринимательства в сфере туризма и гостеприимства

Положительные стороны функционирования малого предпринимательства проявляются в простоте регистрации и дают возможность повысить уровень занятости на краткосрочную перспективу. Но простота регистрации предприятия не дает гарантии занятости населения на долгосрочную перспективу [Резникова, 2019]. Большое количество коммерческих структур не достигают среднего уровня и зачастую вынуждены сворачивать производственную деятельность, не выдерживая сложных условий рыночной конкуренции [Селиванов, 2024].

Малые предприятия оказывают положительное влияние на эффективное распределение ресурсов, так как имеют возможность более оперативно их направлять в новые, более эффективные виды деятельности. Однако, несмотря на это, малый бизнес в большинстве случаев не может

Таблица 1

Эффект масштаба и его проявление в рекреационной сфере

Положительные стороны функционирования	Недостатки функционирования	Особенности функционирования форм предпринимательства
Занятость ресурсов		
Имеют возможности брендинга, эффективного развития, а также возможность адаптироваться и оставаться конкурентоспособными в инновационных условиях	При отсутствии конкуренции не привлекают дополнительные трудовые ресурсы в своем сегменте деятельности	В сфере туристской рекреации проявляется зависимость от масштабов курортно-рекреационных зон и их популярности на международной арене
Эффективность производства и распределения ресурсов		
Эффект масштаба дает возможность организовать производственную деятельность с конкурентоспособной себестоимостью (эффективность производства)	Имеют возможность монополизировать свою деятельность на рынке. Не стремятся реализовывать конкурентные преимущества в условиях отсутствия конкурентности	Имеют возможность в значительной степени уменьшить затраты потребителя турпродукта и сформировать большую эффективность производимого блага на единицу денежных затрат. Имеют конкурентные преимущества на внутреннем и внешнем рынках
Качество производимого продукта		
Могут с большей степенью эффективности представлять свою продукцию на внешнем и внутреннем рынках	При отсутствии конкуренции такие предприятия считают возможным поддерживать минимальный качественный уровень производимых товаров и услуг	Для повышения качественного уровня продукта рекреации необходимо формировать общую инфраструктуру для реализации туристского продукта в период межсезонного спада коммерческой активности
Роль в инновационном и инвестиционном процессах		
Имеют возможность финансировать большое количество бизнес-программ и входить в коллаборацию с малыми перспективными и средними предпринимательскими структурами для использования их преимущественных возможностей	При коллаборации с малым перспективным и средним бизнесом возможна мотивация по формированию абсолютного монопольного влияния	При ужесточении конкурентных условий на внутреннем и внешнем рынках преимущества масштаба возможно реализовать в общем инфраструктурном управлении и внедрении инноваций

Примечание. Составлено авторами.

обеспечивать высокую эффективность производственной деятельности. Туристско-рекреационное направление деятельности в целом характеризуется достаточно высокой эффективностью использования ресурсов, но для дальнейшего развития эффективной предпринимательской деятельности необходимо расширять масштаб предпринимательства до уровня крупного предприятия [Павленко, 2019].

Малые предприятия в своей деятельности более конкурентоспособны и мобильны. Такое преимущество дает возможность оперативнее реагировать на изменение рыночных условий и повышать качество продукции. Доступность регистрации подводит к вопросу об эффективности их работы, уровне качества оказываемых услуг и брендировании компании [Остовская, 2019].

В сфере туристско-рекреационного бизнеса формирование бренда дает возможность в значительной степени улучшить качество оказываемых услуг. Отсутствие же бренда затрудняет продвижение на туристский рынок новых видов товаров и услуг в новом рыночном сегменте, что приводит к затрате дополнительных сил и времени. Такая ситуация, в свою очередь, толкает предпринимателя к получению легкого заработка, который сопровождается услугой низкого качества, что в конечном итоге ведет к ряду негативных последствий для сферы туризма и гостеприимства и ставит вопрос о необходимости ее легализации.

Доступность регистрации малого предприятия нового направления деятельности способствует увеличению инновационного потенциала экономики. Кроме того, такая ситуация дает возможность поиска многих новых направлений инновационной деятельности и формирует актуальные инновационные перспективы. В области туризма и гостеприимства небольшие компании эффективно повышают конкурентоспособность продукта рекреации с помощью оперативного развития комплекса рекреационных услуг. Во время межсезонного периода с помощью инноваций есть возможность расширить спектр рекреационной продукции.

Роль крупных туристских комплексов в развитии туристской дестинации

В сфере туризма крупные комплексы туризма и гостеприимства в условиях жесткой конкуренции в большей степени зависят от масшта-

бов деятельности курортных зон и их популярности. Такие туристские комплексы могут реализовать эффект масштаба, что дает возможность организовать производственную деятельность с минимальными издержками. К недостаткам можно отнести завоевание этими предприятиями монопольной позиции на рынке при снижении конкуренции. Такая ситуация не способствует реализации конкурентных преимуществ на рынке рекреационных услуг, замедляет развитие их качественного уровня.

Крупные предприятия имеют возможность финансировать множество бизнес-программ и входить в коллаборацию с малыми перспективными и средними предпринимательскими структурами для использования их преимущественных возможностей в целом, что также имеет общественный эффект при усилении конкурентной борьбы на внешнем рынке. При коллаборации с малым перспективным и средним бизнесом возможна мотивация по формированию абсолютного монопольного влияния [Дорофеева, Казак, 2023].

В связи с тем что продукция рекреационной деятельности в совокупности формируется на региональном уровне, то она производится крупными предприятиями при участии органов местного самоуправления. При ужесточении конкурентных условий на внутреннем и внешнем рынках преимущества масштаба возможно реализовать в общем инфраструктурном управлении и внедрении инноваций [Pavlenko, Bukreev, 2021].

При организации курортно-рекреационных услуг большие компании имеют возможность в значительной степени уменьшить издержки по организации отдыха гостей и обеспечить его более высокую эффективность при наличии меньших финансовых затрат (например, программы All inclusive), что в условиях конкурентной борьбы на внутреннем и внешнем туристских рынках положительно сказывается на уровне стабильности их деятельности в конкретном сегменте туристского рынка. В связи с такой организацией хозяйственной деятельности большие компании имеют возможность с большей эффективностью представлять свою продукцию на внутреннем и внешнем сегментах туристского рынка. Однако в случаях недостаточной конкуренции на внутреннем и внешнем рынках крупные предприятия стараются обеспечивать всего лишь минимальный уровень качества предлагаемых продуктов и услуг [Букреев, 2021].

Характеристика деятельности предприятий курортного сервиса региона Большая Ялта

Данные для анализа деятельности некоторых ведущих предприятий туристско-рекреационного комплекса Большой Ялты приведены в таблице 2. Для оценки зависимости уровня эффективности от масштабности их деятельности за основу анализа приняты показатели предприятий различных уровней среднесписочной численности работников и совокупных активов. Чтобы корректно оценить результаты работы предприятий сферы туризма и гостеприимства, следует учитывать влияние некоторых предприятий, которые не в полной мере соответствуют состоянию рыночной среды. К примеру, в деятельности таких санаторно-курортных комплексов, как ООО «Санаторий “Киев”» и ООО «СКК “Голубой залив”», наблюдаются достаточно низкие коэффициенты автономии и использования собственного капитала.

В ходе анализа за основу зависимого показателя принимались показатели рентабельности совокупного капитала и масштабности функционирования предприятия. В процессе масштабирования сегмента активности компании были уч-

тены совокупный капитал и среднесписочная численность работников. Абсолютные показатели совокупного капитала и среднесписочная численность сотрудников преобразовывались в относительные показатели. В качестве базового был выбран наибольший абсолютный показатель, а остальные показатели были приведены к нему (табл. 3).

В ходе исследования предприятий туристско-рекреационной деятельности Южного берега Крыма было выявлено отсутствие прямой зависимости между уровнем рентабельности и эффектом масштаба предприятий. Такая зависимость даже отрицательная, и по Большой Ялте корреляция рентабельности и масштабности составляет $-0,32$, и это значение больше, чем обратная зависимость рентабельности и совокупного капитала ($-0,46$).

В результате исследования выборки из 42 предприятий было установлено, что состояние обратной зависимости между показателями свойственно не только предприятиям южнобережья, но и характеризует зависимость между уровнем рентабельности и эффектом масштаба большинства предприятий сферы туризма и гостеприимства Крымской республики в целом. В частности, проведенный анализ зависимости

Таблица 2

Анализ показателей работы ялтинских предприятий сферы туризма и гостеприимства за 2022 год

Показатели деятельности предприятий	АО «Санаторий “Ай-Петри”»	ООО «Санаторий Кирова»	ООО «Санаторий “Курорт-Мисхор”»	ГУП СГК «Россия»	ООО «СКОК “Ай-Даниль”»	ООО «Пансионат “Морской Прибой”»
Выручка, тыс. руб.	341 603	302 408	376 300	16 510	273 248	8 566
Валовая прибыль, тыс. руб.	160 692	39 745	155 406	8 403	53 854	15 871
Чистая прибыль, тыс. руб.	82 411	36 176	50 473	23 360	5 397	135 946
Рентабельность совокупного капитала, ед.	0,31	0,12	0,48	0,01	0,13	0,02
Рентабельность собственного капитала, ед.	0,18	0,25	0,17	0,03	0,01	0,17
Ресурсоотдача, ед.	0,66	0,94	1,16	0,02	0,64	0,01
Совокупный капитал, тыс. руб.	515 310	322 750	324 033	867 795	423 658	943 176
Собственный капитал, тыс. руб.	460 676	142 473	297 985	804 173	399 272	802 240
Коэффициент автономии	0,89	0,44	0,92	0,93	0,94	0,85
Валовая рентабельность продаж, ед.	0,47	0,13	0,41	0,51	0,20	1,85

Примечание. Составлено на основе отчетных данных компаний из открытых источников.

Показатели деятельности предприятий	ООО «ГРАНТ-СВ»	ООО «СКК “Голубой залив”»	ООО «Эколого-туристический центр в Парковом»	ПАО «Г/К “Ялта-Интурист”»	ООО «Пальмира-Палас»	Всего
Выручка, тыс. руб.	3 136 171	130 187	1 256 194	679 952	644 971	7 166 110
Валовая прибыль, тыс. руб.	461 028	117 219	388 685	438 796	294 628	2 134 327
Чистая прибыль, тыс. руб.	431 145	13 739	170 856	342 638	164 785	1 456 926
Рентабельность совокупного капитала, ед.	0,03	0,21	0,03	0,27	0,20	0,06
Рентабельность собственного капитала, ед.	0,04	0,28	0,01	0,01	0,45	0,05
Ресурсоотдача, ед.	0,22	0,23	0,09	0,42	0,44	0,21
Совокупный капитал, тыс. руб.	14 240 250	564 008	13 364 863	1 633 983	1 478 250	34 678 076
Собственный капитал, тыс. руб.	12 311 785	49 527	13 233 079	0	366 960	28 868 170
Коэффициент автономии	0,86	0,09	0,99	0,00	0,25	0,83
Валовая рентабельность продаж, ед.	0,15	0,90	0,31	0,65	0,46	0,79

между показателями, основанный на отчетных данных крымских предприятий (без учета предприятий Южного берега Крыма), выявил отрицательный показатель (–0,142).

Важно принять к сведению низкий, отрицательный результат показателя эффекта масштаба предприятий. Из всех предприятий сегмента туризма и гостеприимства крымского южного побережья были включены в выборку такие крупные комплексы, как ООО «ГРАНТ-СВ», ГУП СГК «Россия», ООО «Эколого-туристический центр в Парковом». Они аккумулируют порядка 80 % совокупного капитала относительно выборки, а уровень рентабельности капитала составляет всего 0,01–0,03. Аналогичная проблема наблюдается в туристско-рекреационном сегменте Алушты. На долю двух ведущих санаторно-курортных учреждений, АО «Санаторий “Голубая волна”» и АО «Пансионат “Море”», приходится более 50 % капитала из всей выборки. Однако только первое предприятие достигло положительной (достаточно низкой) рентабельности капитала в размере 0,04.

Заключение

Отсутствие положительного эффекта масштаба на предприятиях сферы туризма и

гостеприимства можно объяснить перегруженностью туристской инфраструктуры республики и ее низкой востребованностью у потребителей туристско-рекреационных услуг, прибывающих в Крым на отдых. Такое положение дел может сопровождаться не покрывающей издержки ценой или недостаточной загруженностью номерного фонда, поскольку расчетная цена за услуги отдыха включает покрытие всех необходимых расходов на инфраструктуру и является высокой для потенциального потребителя.

Проведенное исследование зависимости между показателями рентабельности и масштаба предприятий региона Южного берега Крыма показывает значение больше (–0,31), чем значения рентабельности и распределения совокупного капитала (–0,45), что косвенно подтверждает это предположение. Такое состояние зависимости между показателями свойственно не только для предприятий туристско-рекреационного комплекса региона Большой Ялты, но и в целом по Крыму (–0,142). Это значение зависимости показателей по Крыму указывает на более благоприятную ситуацию среди предприятий больших масштабов в сравнении с малыми предприятиями Большой Ялты.

**Оценка показателей масштаба компаний сферы рекреационных услуг
Ялтинского региона за 2022 г.**

Показатели деятельности предприятий Большой Ялты	Предприятия Большой Ялты					
	Санаторий «Ай-Петри»	Санаторий Кирова	Санаторий «Курорт-Мисхор»	ГУП СГК «Россия»	СКОК «Ай-Даниль»	Пансионат «Морской прибой»
Показатель совокупного капитала предприятия (баз. показ. / факт) (распределение)	0,03	0,01	0,01	0,05	0,02	0,05
Показатель среднесписочной численности работников (баз. показ. / факт)	0,24	0,12	0,18	0,21	0,17	0,02
Масштабность деятельности (баз. показ. / факт)	0,10	0,06	0,07	0,12	0,08	0,03
Показатель рентабельности совокупного капитала, ед. (Рс)	0,32	0,14	0,49	0,02	0,14	0,03

Примечание. Рассчитано на основе отчетных данных компаний из открытых источников.

Окончание таблицы 3

Показатели деятельности предприятий Большой Ялты	Предприятия Большой Ялты					
	ГРАНТ-СВ	СКК «Голубой залив»	Эколого-туристический центр в Парковом	г/к «Ялта-Интурист»	с/к «Пальмира-палас»	Итого
Показатель совокупного капитала предприятия (баз. показ. / факт) (распределение)	1,00	0,03	0,89	0,12	0,11	
Показатель среднесписочной численности работников (баз. показ. / факт)	1,00	0,02	0,04	0,21	0,03	
Масштабность деятельности (баз. показ. / факт)	1,00	0,03	0,18	0,16	0,06	
Показатель рентабельности совокупного капитала, ед. (Рс)	0,04	0,22	0,04	0,28	0,21	0,07
Корреляция рентабельности (Рс) и масштабности	-0,32					
Корреляция рентабельности (Рс) и распределения совокупного капитала	-0,46					

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

- Букреев И. А., 2021. Анализ потенциала предпринимательской деятельности в рекреационной сфере Большой Ялты // Финансовая аналитика: проблемы и решения. Т. 14, № 3. С. 281–297. DOI: 10.24891/fa.14.3.281
- Дорофеева А. А., Казак А. Н., 2023. Тенденции развития международного и внутреннего туризма. Симферополь : ИТ «АРИАЛ». 181 с.
- Макконнелл К. Р., Брю С. Л., Флинн Ш. М., 2017. Экономика: принципы, проблемы и политика : учебник. 19-е изд. М. : НИЦ ИНФРА-М. 1028 с.
- Наливайченко Е. В., 2018. О факторах обеспечения конкурентоспособности предприятий в современных экономических условиях // Экономика и управление: теория и практика. Т. 4, № 3. С. 38–41.
- Остовская А. А., 2019. Методические подходы к определению потенциала пространственной интеграции региональных систем предпринимательства // Сервис в России и за рубежом. Т. 13, № 2 (84). С. 16–25. DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10202
- Павленко И. Г., 2019. Оценка эффективности системы институциональных факторов стратегии развития предпринимательства в рекреационной сфере // Экономика и предпринимательство. № 5 (106). С. 1285–1296.
- Резникова О. С., 2019. Оценка эффективности кадрового контроллинга деятельности предприятия // Сервис в России и за рубежом. Т. 13, № 2 (84). С. 26–35. DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10203
- Селиванов В. В., 2024. Рекреационный туризм. Крымские перспективы. М. : ИНФРА-М. 207 с. DOI: 10.12737/1895314
- Шарафуддинов В. Н., Яковенко И. М., Позаченюк Е. А., Онищенко Е. В., 2023. Крым: новый вектор развития туризма в России. М. : ИНФРА-М. 364 с.
- Pavlenko I. G., Bukreev I. A., 2021. Evaluation of the Financial Management Strategy Pursued by the Recreation Companies // Proceedings of the 10th

International Scientific and Practical Conference Named After A. I. Kitov "Information Technologies and Mathematical Methods in Economics and Management (IT&MM-2020)", October 15–16, 2020. Moscow, Russia. URL: <https://ceur-ws.org/Vol-2830/paper3.pdf>

REFERENCES

- Bukreyev I.A., 2021. Analiz potentsiala predprinimatelskoy deyatel'nosti v rekreatsionnoy sfere Bolshoy Yalty [Analysis of the Potential of Entrepreneurial Activity in the Recreational Sector of Greater Yalta]. *Finansovaya analitika: problemy i resheniya* [Financial Analytics: Problems and Solutions], vol. 14, no. 3, pp. 281-297. DOI: 10.24891/fa.14.3.281
- Dorofeyeva A.A., Kazak A.N., 2023. *Tendentsii razvitiya mezhdunarodnogo i vnutrennego turizma* [Trends in the Development of International and Domestic Tourism]. Simferopol, IT «ARIAL». 181 p.
- Makkonnell K.R., Bryu S.L., Flinn Sh.M., 2017. *Ekonomiks: printsipy, problemy i politika: uchebnik* [Economics: Principles, Problems and Policies: Textbook]. Moscow, NITs INFRA-M. 1028 p.
- Nalivaychenko Ye.V., 2018. O faktorakh obespecheniya konkurentosposobnosti predpriyatiy v sovremennykh ekonomicheskikh usloviyakh [On Factors Ensuring the Competitiveness of Enterprises in Modern Economic Conditions]. *Ekonomika i upravleniye: teoriya i praktika* [Economics and Management: Theory and Practice], vol. 4, no. 3, pp. 38-41.
- Ostovskaya A.A., 2019. Metodicheskiye podkhody k opredeleniyu potentsiala prostranstvennoy integratsii regionalnykh sistem predprinimatelstva [Methodological Approaches to Determining the Potential of Spatial Integration of Regional Systems of Entrepreneurship]. *Servis v Rossii i za rubezhom* [Service in Russia and Abroad], vol. 13, no. 2 (84), pp. 16-25. DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10202
- Pavlenko I.G., 2019. Otsenka effektivnosti sistemy institutsionalnykh faktorov strategii razvitiya predprinimatelstva v rekreatsionnoy sfere [Assessing the Effectiveness of the System of Institutional Factors of the Strategy for the Development of Entrepreneurship in the Recreational Sector]. *Ekonomika i predprinimatelstvo* [Economics and Entrepreneurship], no. 5 (106), pp. 1285-1296.
- Reznikova O.S., 2019. Otsenka effektivnosti kadrovogo kontrollinga deyatel'nosti predpriyatiya [Evaluation of the Effectiveness of Personnel Controlling the Activities of the Enterprise]. *Servis v Rossii i za rubezhom* [Service in Russia and Abroad], vol. 13, no. 2 (84), pp. 26-35. DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10203
- Selivanov V.V., 2024. *Rekreatsionnyy turizm. Krymskiye perspektivy* [Recreational Tourism. Crimean Prospects]. Moscow, INFRA-M Publ. 207 p. DOI: 10.12737/1895314
- Sharafuddinov V.N., Yakovenko I.M., Pozachenyuk Ye.A., Onishchenko Ye.V., 2023. *Krym: novyy vektor razvitiya turizma v Rossii* [Crimea: New Vector of Tourism Development in Russia]. Moscow, INFRA-M Publ. 364 p.
- Pavlenko I.G., Bukreev I.A., 2021. Evaluation of the Financial Management Strategy Pursued by the Recreation Companies. *Proceedings of the 10th International Scientific and Practical Conference Named After A. I. Kitov "Information Technologies and Mathematical Methods in Economics and Management (IT&MM-2020)"*, October 15–16, 2020. Moscow, Russia. URL: <https://ceur-ws.org/Vol-2830/paper3.pdf>

Information About the Authors

Victor V. Selivanov, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Senior Lecturer, Department of Management and Hospitality Business, Humanitarian-Pedagogical Academy (branch) Crimean Federal University named after V.I. Vernadsky in Yalta, Sevastopolskaya St, 2-A, 298600 Yalta, Russian Federation, yaltavs@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0009-2333-2247>

Marina V. Pleshakova, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Economics and Management, Moscow City University, 2-y Tul'sky Lane, 4, 115191 Moscow, Russian Federation, pmv23@list.ru, <https://orcid.org/0000-0002-4504-1987>

Anastasiya L. Kriukova, Student, Department of Management and Hospitality Business, Humanitarian-Pedagogical Academy (branch) Crimean Federal University named after V.I. Vernadsky in Yalta, Sevastopolskaya St, 2-A, 298600 Yalta, Russian Federation, nastya-kryukova-03@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0001-6577-1813>

Информация об авторах

Виктор Вениаминович Селиванов, кандидат экономических наук, доцент, старший преподаватель кафедры менеджмента и туристского бизнеса, Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского в г. Ялте, ул. Севастопольская, 2А, 298600 г. Ялта, Российская Федерация, yaltavs@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0009-2333-2247>

Марина Владимировна Плешакова, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и менеджмента, Московский городской педагогический университет, 2-й Тульский пер., 4, 115191 г. Москва, Российская Федерация, pmv23@list.ru, <https://orcid.org/0000-0002-4504-1987>

Анастасия Леонидовна Крюкова, студент кафедры менеджмента и туристского бизнеса, Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского в г. Ялте, ул. Севастопольская, 2-А, 298600 г. Ялта, Российская Федерация, nastya-kryukova-03@mail.ru, <https://orcid.org/0009-0001-6577-1813>