



# Стратегические приоритеты развития туризма и выставочно-ярмарочной деятельности в Кузбассе

А.А. Пятовский<sup>1</sup>, А.В. Садовнича<sup>2,3</sup>, И.З. Чхотуа<sup>2</sup>, К.В. Юматов<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Администрация Правительства Кузбасса, 650064, Кемерово, Советский просп., д. 63

<sup>2</sup> Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,  
Московская школа экономики, 119991, Москва, Ленинские горы, д. 1, стр. 61

<sup>3</sup> Выставочно-конгрессная компания «Экспоцентр», 123100, Москва, Краснопресненская наб., д. 14

<sup>4</sup> Кемеровский государственный университет, 650000, Кемерово, ул. Красная, д. 6

**Аннотация.** Восприятие туризма как стратегической отрасли экономики, особенно для государств, обладающих уникальными природными, культурными, историческими ресурсами, не вызывает сомнений, однако до недавнего времени туризм в России выполнял в большей степени социальную функцию, нежели экономическую. На сегодняшний день туризм – крупнейший межотраслевой комплекс, обладающий значительным мультипликативным эффектом. Стратегирование туристской отрасли, согласно методологии В.Л. Квинта, предполагает определение глобальных, национальных и региональных тенденций и закономерностей, первоочередной анализ возможностей и угроз и концентрацию на приоритетных направлениях развития туризма, обеспеченных конкурентными преимуществами для их реализации. Нереализованный потенциал Кузбасса в вопросе развития нишевых видов туризма, как то снегоходный, мотовездеходный, промышленный туризм, в условиях современного экономического кризиса, представляется существенным конкурентным преимуществом региона, реализация которого позволит развиваться как внутрирегиональному, так межрегиональному туризму в данном направлении. Выставочно-ярмарочная деятельность – важнейший инструмент коммуникации, механизм продвижения новых технологий и товаров на внутренние и внешние рынки, мощный драйвер экономики. Стратегические интересы как государства в целом, так и его важнейшего промышленного региона – Кузбасса могут быть реализованы в том числе и с помощью международных промышленных выставок. Целью настоящей статьи является обоснование целесообразности стратегического развития и определение приоритетных направлений развития туризма и выставочно-ярмарочной деятельности для экономики региона в условиях посткризисной действительности.

**Ключевые слова:** туризм, выставочно-ярмарочная деятельность (ВЯД), стратегирование отрасли туризма, стратегирование выставочно-ярмарочной деятельности, экономический рост, Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTPC), ЮНВТО, снегоходный туризм

**Для цитирования:** Пятовский А.А., Садовнича А.В., Чхотуа И.З., Юматов К.В. Стратегические приоритеты развития туризма и выставочно-ярмарочной деятельности в Кузбассе. *Экономика в промышленности*. 2020. Т. 13. № 3. С. 339–347. DOI: 10.17073/2072-1633-2020-3-339-347

## Strategic priorities of development of tourism and exhibition and fair activities in Kuzbass

A.A. Pyatovskiy<sup>1</sup>, A.V. Sadovnichaya<sup>2,3</sup>, I.Z. Chkhotua<sup>2</sup>, K.V. Yumatov<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Administration of the Government of Kuzbass (Kemerovo Region),  
63 Sovetskiy Prospect, Kemerovo 650064, Russia

<sup>2</sup> Moscow School of Economics Lomonosov Moscow State University, 1-61 Leninskie Gory,  
Moscow 119991, Russia

<sup>3</sup> JSC «Expocenter», 14 Krasnopresnenskaya naberezhnaya, Moscow 123100, Russia

<sup>4</sup> Kemerovo State University, 6 Krasnaya Str., Kemerovo 650000, Russia

**Abstract.** Tourism is undoubtedly considered to be a strategic industry, especially in the countries with unique natural, cultural and historical resources. However, not very long ago the function of tourism in Russia was more of social character than of economic one. At present tourism is the largest intersectoral complex with a significant multiplicative effect. In order to strategize the tourist industry according to Dr. Vladimir L. Kvint's methodology it is necessary to evaluate global, national and regional tendencies and consistent patterns, to make analysis of opportunities and threats and to concentrate on the priority trends of development of tourism. To be implemented the trends must be provided with competitive advantages. Kuzbass possesses unrealized potential in the development of niche types of tourism which include snowmobile, off road and industrial tourism. In the conditions of the current financial crisis it is a significant competitive advantage of the region which will make it possible to develop both intraregional and interregional tourism in this direction. Exhibition and fair activity is the most important tool of communication, a mechanism of promotion of new technologies and goods into foreign and domestic markets and a powerful driver of economy. Strategic interests both of the state and its key industrial region Kuzbass can also be realized by organizing international industrial fairs. The objective of the article is to ground the expediency of strategic development and to determine the priority directions for the development of tourism and exhibition and fair activity for the region's economy in the post-crisis conditions.

**Keywords:** tourism, exhibition and fair activity, strategy development of tourism, strategy development of exhibition and fair activity, economic development, WTTC, UNWTO, snowmobile tourism

**For citation:** Pyatovskiy A.A., Sadovnichaya A.V., Chkhotua I.Z., Yumatov K.V. Strategic priorities of development of tourism and exhibition and fair activities in Kuzbass. *Ekonomika v promyshlennosti = Russian Journal of Industrial Economics*. 2020. Vol. 13. No. 3. Pp. 339–347. (In Russ.). DOI: 10.17073/2072-1633-2020-3-339-347

## 在库兹巴斯发展旅游，会展活动的战略优先事项

皮亚托夫斯基 A.A.<sup>1</sup>，萨多夫尼查亚 A.V.<sup>2,3</sup>，奇侯图阿 I.Z.<sup>2</sup>，尤马托夫 K.V.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> 库兹巴斯政府，克麦罗沃市，650064，苏维埃大街63号

<sup>2</sup> 莫斯科国立大学莫斯科经济学院，莫斯科，119991，列宁山1号，61栋

<sup>3</sup> 展览和会议公司 “展览中心”，莫斯科，123100，克拉斯诺普列斯嫩斯卡亚大街14号

<sup>4</sup> 克麦罗沃国立大学，克麦罗沃市，650000，克拉斯纳亚大街6号

**简评.** 将旅游业视为经济的战略性产业，尤其是对于拥有独特的自然、文化和历史资源的国家而言，是毋庸置疑的，但在不久以前，俄罗斯的旅游业与经济功能相比更具社会功能。如今，旅游业已成为最大的跨行业综合体，其乘数效应显著。根据昆特·弗·利的方法论制定旅游业战略，必须以确定全球、国家和地区趋势和模式为前提，优先分析机会和威胁并重点关注旅游业发展的优先领域，为其实施提供竞争优势。在当前的经济危机中，库兹巴斯正在发展利基类型的旅游业，如雪地汽车、摩托越野、工业旅游等方面的潜力尚未实现，这是该地区的一个重大竞争优势，其实施将使地区内和地区间旅游业朝着这个方向发展。会展活动是最重要的交流工具，是向国内外市场推广新技术和新商品的机制，也是经济的强大动力。包括国际工业博览会在内，都可以实现整个国家及其最重要的工业区-库兹巴斯的战略利益。本文的目的是论证战略发展的可行性，并在危机后条件下为该地区经济确定发展旅游业和会展活动的优先领域。

**关键词：** 旅游，会展活动，旅游产业战略规划，会展活动战略规划，经济增长，世界旅游和旅行理事会（WTTC），世界旅游组织，雪地汽车旅游

## Введение

Необходимость стратегического развития туризма раскрывается в реализации им следующих функций: доходной, предполагающей инвестиционную привлекательность отрасли и наличие мультипликативного эффекта для экономики региона, страны в целом; внешнеэкономической функции, рассматривающей туризм в качестве весомой статьи в экспорте услуг (до 30 % экспорта услуг составляет туризм, в отношении которого применим термин «невидимый экспорт»); функции содействия занятости, предполагающей активное вовлечение населения дестинации в деятельность в сфере туризма, стимулирование создания новых рабочих мест в смежных отраслях (по оценкам Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC) до кризиса в сфере туризма и путешествий с учетом занятых в смежных отраслях работали более 270 млн чел., т.е. 8,9 % всего активного населения, на сегодняшний день согласно данным Ростуризма более 1,6 млн из 2,5 млн чел. (или 7 млн чел. с учетом смежных отраслей) [2] могут оказаться в категории безработных); выравнивающей функции, предполагающей формирование дополнительных источников пополнения бюджета, доходов местного населения, увеличение экономической, социальной привлекательности региона за счет полного всестороннего раскрытия туристского потенциала.

Стратегическая ценность выставочной деятельности состоит в том, что она, являясь важнейшим инструментом коммуникации, механизмом продвижения новых технологий и товаров на внутренние и внешние рынки, выполняет функцию мощного драйвера экономики [2].

### Обоснование целесообразности стратегического развития туризма и выставочно-ярмарочной деятельности для экономики региона и страны

До недавнего времени Всемирная туристская организация (ЮНВТО) давала исключительно позитивный прогноз развития отрасли: к 2028 г. число международных турприбытий прогнозировалось на уровне 1,8 млрд, средние ежегодные темпы прироста числа туристских прибытий – на уровне 3–4 % в год, суммарный вклад отрасли в мировой ВВП – до 11,7 % или 12,45 трлн долл. США, доля занятости – 11,6 % или 413,6 млн чел. [4]. Статистика вклада иных отраслей в экономику мира наглядно иллюстрирует значимость межотраслевого комплекса: вклад банковской (4,8 трлн долл. США), горнодобывающей (5 трлн долл. США), сельскохозяй-

ственной (5,8 трлн долл. США), автомобильной отрасли (6,1 трлн долл. США) и химической промышленности (6,5 трлн долл. США).

В России отрасль формировала 3,8 % ВВП страны и 0,7 процента общей численности занятых, что не соответствует уровню развития туризма ряда стран. На сегодняшний день по прогнозам Всемирной туристской организации (UNWTO) в мире снижение числа турприбытий будет сохраняться в течении пять-семь лет, при этом только лишь в мировой авиации упущенная выгода в 2020 году по сравнению с 2019 годом составит 38 %, или 252 млрд долл. США [3].

Вопрос взаимосвязи развития отрасли туризма и интенсификации экономического роста в дестинации остается стратегически важным и дискуссионным по сей день. Существуют гипотезы, согласно которым повышение активности в туротрасли влечет за собой экономический рост в дестинации. Так, в рамках TLG-гипотеза (*Tourism-Led Growth hypothesis*) источником экономического роста является не только вовлечение в экономику возрастающих объемов труда и капитала, но и увеличение экспорта (туризм – «невидимый экспорт» в платежном балансе дестинации). Противоположные ей – EDTG-гипотеза (*Economic Driven Tourism Growth hypothesis*), согласно которой вследствие экономического роста, выраженного в усилении позиций региона в вопросах безопасности, повышении уровня благосостояния населения создаются предпосылки для развития туротрасли, а также ВС-гипотеза (*Bidirectional Causality hypothesis*), характеризующая наличие двусторонней связи между экономическим ростом и уровнем развития туризма, когда при равномерном распределении ресурсов в туризме и смежных с ним отраслях улучшение в одной из отраслей будет стимулировать как развитие туризма, так и экономический рост в дестинации [5].

В рамках Стратегии развития туризма в России до 2035 года сформулирована цель «создания единой общегосударственной системы туризма и отдыха, основанной на реализации туристско-рекреационного потенциала всех регионов России» [6]. Важно отметить, что стратегирование туризма предполагает приоритетное развитие и ресурсное обеспечение таких его видов и форм, которые наиболее полно раскрывают туристский потенциал, при этом выбор стратегических целевых рынков для развития туризма в регионе – необходимое условие повышения эффективности мероприятий по продвижению турпотенциала дестинации [6]. Немаловажно также создание комфортной

среды пребывания для туристов направляющих рынков, предполагающее формирование т.н. «сервиса со спецификой».

Конгрессно-выставочная деятельность вносит существенный вклад в развитие делового туризма. В мире более 31 тыс. выставочных событий с участием 4,4 млн экспонентов в год создают прямо или косвенно более 1,3 млн рабочих мест в самой индустрии и вне нее, а более 300 млн профессиональных посетителей, представляющих как саму экспонируемую, так и смежные отрасли, тратят на выставках около 110 млрд долл. США [7, 8].

Выявление и анализ глобальных, национальных и региональных трендов позволит идентифицировать закономерности развития отрасли в условиях посткризисной действительности и сформулировать видение развития туризма и выставочно-ярмарочной деятельности (ВЯД) в регионе.

#### **Глобальные тренды развития туризма и выставочно-ярмарочной деятельности**

*Диджитализация глобального рыночного пространства.* За период с 2016 по 2025 гг. диджитализация принесет отрасли более 305 млрд долл вследствие процессов автоматизации, повышения уровня безопасности туризма, персонализации турпродукта. Реализация проектов в области диджитализации туристических пространств, в том числе системы навигации с элементами дополненной реальности, персонализированных онлайн-сервисов, будет способствовать включению региона в систему межрегиональных и международных турпотоков, повышению информированности туриста об объектах турпоказа дестинации [9].

*Здоровый образ жизни и активный отдых.* В туристской практике зародился новый сегмент рынка туристских услуг – LOHAS (*Lifestyles Of Health And Sustainability*). Рассматривается как премиальный сегмент туризма ближайшего будущего, возникший как следствие распространения более ответственного подхода к путешествиям, такого как стремление «путешествовать, чтобы меняться и проявлять себя», выбор полезных для здоровья альтернатив (спортивного, велнес туризма).

Несколько иной подход к вопросу воспитания здорового поколения граждан предполагает развитие массового любительского спорта. Спортивный туризм – быстрорастущий сегмент туристского рынка, генерирующий до 15 млн международных турприбытий, годовой оборот около 800 млрд долл. США и ежегодный рост турпотока на уровне 6 %.

*Рост связанности дестинаций.* Схожесть природных условий, историческая и культурная связанность дестинаций лежат в основе организации трансграничных турмаршрутов, предполагающих совместное использование турпотенциала приграничных территорий и усиление их конкурентных преимуществ по обе стороны границы.

*Рост популярности культурно-познавательного туризма.* Эксперты ЮНВТО дают новое определение культурному туризму как виду деятельности, где основной мотивационной составляющей считается обучение, уникальный опыт и впечатления. В туристской литературе возник термин “edutainment” (education+ entertainment) – обучение посредством развлечения. Использование цифровых технологий позволит сформировать единое информационное пространство и повысит привлекательность предприятий культуры в т.ч. для молодого поколения «Z».

Глобальные тренды развития выставочно-ярмарочной деятельности:

- пересмотр традиционных моделей проведения выставок – исчезновение четких границ между классическими форматами событийных мероприятий – выставками, конгрессами, конференциями,
- рост инвестиций в человеческий капитал (реализация образовательных программ для кадров отрасли, привлечение высокопрофессионального менеджмента из других отраслей),
- усиление внимания к поддержанию необходимого уровня безопасности при проведении выставочных мероприятий.

#### **Национальные тренды развития туризма**

1. *Становление туризма как инструмента сбалансированного пространственного развития и максимально полного использования потенциала регионов РФ*

Вышеназванный тренд реализуется посредством доходной и выравнивающей функции туризма. Раскрытию потенциала отечественного туристского продукта РФ будут способствовать тесное сотрудничество государства, бизнеса, профессионального сообщества в вопросах комплексного развития туризма, повышение уровня отраслевого профессионального образования, маркетинг дестинации, совершенствование отраслевого законодательства РФ, сглаживание фактора сезонности и др.

2. *Популяризация культуры и спорта как инструмента повышения качества жизни населения страны*

В Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. физическая культура и спорт определены в качестве важнейших направлений социальной политики государства и основы развития человеческого потенциала страны. Цель стратегического уровня – создание условий для регулярных занятий спортом и ведения здорового образа жизни [10].

### Возможности и угрозы развития туризма в посткризисный период

Первоочередной анализ возможностей развития туризма принципиален в виду необходимости реализации прорывных идей и технологий и наличия жесткой межрегиональной конкуренции в ряде продуктовых ниш, например,

санаторно-курортного лечения, медицинского и активных видов туризма и т. д. (таблица). «Форточка возможностей» открыта для реализации непродолжительный промежуток времени и принципиальна концентрация ресурсов для реализации создаваемого конкурентного преимущества [10,11].

### OTSW-анализ развития туризма в Кузбассе

Возможности развития туризма в Кузбассе определяются в настоящее время возможностями поиска ответа на некоторые угрозы. Психологический шок, связанный с тем, что самые масштабные жертвы пришлось на традиционные центры туризма, можно использовать для продвижения Сибири, и тем более Кузбасса, где количество зараженных коронавирусом

Возможности и угрозы развития туризма в РФ в посткризисный период [Opportunities and Threats of Tourism Development in the Russian Federation in the Post-Crisis Period]	
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> <li>• рост интереса к спортивному, медицинскому туризму, товарам и услугам здорового образа жизни (ЗОЖ) и возможность продвижения санаторно-курортного лечения на основе значительного рекреационного потенциала и накопленного опыта организации санаторно-курортного лечения в стране [13];</li> <li>• рост интерес к культурно-познавательному и природно-ориентированному туризму, чем богата территория РФ (см. отчет WTTC I WEF);</li> <li>• рост внутрирегионального и межрегионального туризма как в период выхода из кризиса, так и на более длительную перспективу. Возможность усиление межрегионального сотрудничества в рамках разработки межрегиональных турмаршрутов экологической направленности;</li> <li>• изменение структуры целевой аудитории – существенное снижение возраста туриста при росте уровня образованности, мобильности, высокой компьютерной грамотности – тренд долгосрочного периода; рост числа путешественников молодого возраста, более склонных к риску, активным видам отдыха и досуга – тренд краткосрочного периода. Адаптация турпродукта под молодую аудиторию (смысловое наполнение, визуализация, и т.д.);</li> <li>• возможность укрепления межстранового сотрудничества в вопросе разработки новых проектов культурно-познавательной, природоориентированной направленности в виртуальном формате;</li> <li>• жесткие ценовые войны за потребителей будут способствовать улучшению неценовых параметров конкуренции и ее переносу в плоскость качества, уникальности (custom – tailored tourism);</li> <li>• развитие автотуризма, особенно в регионах с развитой автомобильной и придорожной инфраструктурой;</li> <li>• перестройка системы здравоохранения стран (усиление материального, финансового, кадрового обеспечения отрасли) и роль туризма в данном процессе: разработка уникальных турпродуктов, целевой аудиторией потребителей которых будут медработники (велнес программы, чек ин программы для медперсонала в гостиницах/ санаториях и т.д.);</li> <li>• развитие виртуальных туров как самостоятельных направлений, предлагающих уникальный недорогой продукт, доступ к которому закрыт либо ограничен (закрытые для просмотра экспозиции, экспозиции на реконструкции, образовательные программы и тд);</li> <li>• формирование агрегаторов по нишевым турам (горнолыжный, снежный, экологический и т.д.).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• РФ является одним из крупнейших доноров тур потока в мире. Экономика не эффективно использует благоприятную тенденцию и зарабатывает на туризме меньше, чем другие страны при аналогичных стартовых условиях;</li> <li>• процесс глобализации, упрощение визовых формальностей для граждан РФ снимает административные барьеры, обеспечивающие конкурентоспособность отечественного турпродукта на внутреннем рынке. В долгосрочной перспективе значительный отложенный спрос на зарубежные поездки при отсутствии отечественных аналогов турпродуктов будет способствовать росту популярности выездных турнаправлений;</li> <li>• переориентация российского турпотока на безопасные направления и страны, в т.ч. выездные (страны, характеризующиеся высоким уровнем системы здравоохранения, уровнем безопасности, сервисными услугами в режиме 24/7 на всем пути следования турмаршрута);</li> <li>• жесткие ценовые войны за потребителей между туристскими организациями делают отрасль низко прибыльной, не достаточно эффективные меры господдержки отрасли приведут к уходу из нее многих игроков рынка;</li> <li>• потери игроков рынка от снижения уровня выездного турпотока не могут быть пока компенсированы за счет внутренних и въездных турпотоков;</li> <li>• традиционность подходов к формированию туристских программ (низкое разнообразие ассортимента);</li> <li>• недостаточное продвижение турпродукта.</li> </ul>

оказалось наименьшим даже для Сибирского региона. Дальний Восток очень близок к первому эпицентру – Китаю, западная часть страны – к Европе и Ирану. Тема безопасного отдыха может стать возможностью для продвижения всей Сибири и Кузбасса в частности.

Вторая угроза – проблема нестабильности и угроза падения цен на главные продукты экспорта – уголь и металл. Поскольку главными инвесторами в создание туристской инфраструктуры традиционно выступали предприятия сырьевого и металлургического производства («Сибруда», «Южкузбассуголь», «Евраз» и др.), то туризм может оказаться без внутренних инвесторов. Возможность раскрывается в практике сосуществования добывающей промышленности и туристских рекреаций в Кузбассе, что доказывает опыт Таштагольского района. Необходимо сформировать интерес промышленных компаний вкладываться в туризм, а также целесообразна активная работа по поиску и привлечению внерегиональных инвесторов.

Одновременно угрозой и возможностью является тема развития туризма во всех сибирских регионах: с одной стороны – усиление межрегиональной конкуренции, с другой – продвижение бренда Сибири на внешние рынки. Так, например, эффективное развитие туристских дестинаций Поднебесных зубьев на юге Кузнецкого Алатау, или северных территорий Кемеровской области невозможно без сотрудничества с Хакасией, Красноярским краем и Томской областью. Взаимовыгодность такого сотрудничества должна быть обеспечена переговорным процессом как между администрациями, так и между коммерческими стейкхолдерами Кузбасса и соседних регионов.

Слабые стороны туризма Кемеровской области определены уже достаточно давно. Это индустриальный имидж региона, проблема транспортной доступности и ценовой политики, недостаточная и очень разнородная инфраструктура, отсутствие у местного населения сервисного мышления и соответственно низкое качество предоставления услуг населению. Для преодоления слабых сторон уже сегодня Агентством по туризму Кузбасса проводится деятельность по каждому из данных направлений. А вопросы улучшения кадрового обеспечения отрасли также включены в стратегическую повестку ведущих образовательных учреждений региона.

В настоящее время несомненным лидером в туристской отрасли Кемеровской области явля-

ется горнолыжный туризм (составляет 70 % регионального турпотока). Важнейшей задачей продвижения курорта является обеспечение летней туристской программы для формирования круглогодичного цикла функционирования курорта. Инвестиционная поддержка иных горнолыжных комплексов («Югус» и «Черный Салан» в Междуреченске, «Золотая гора» в Гурьевске) способствует появлению новых точек притяжения туристов и одновременно возникновению потенциальной угрозы «распыления» финансирования и создания внутренней конкуренции с уже существующими и популярными курортами.

В 2009 г. в Кемеровской области был разработан первый в России закон о снегоходном туризме [14], который должен был способствовать развитию данного направления. В качестве эталонной была принята модель развития снегоходного туризма в Канаде, где только в провинции Онтарио направление генерирует примерно 1 млрд долл. США, что подтверждает значительный потенциал снегоходного туризма для экономики региона.

Всесезонное функционирование туризма в Кузбассе возможно только при развитии и продвижении историко-культурного и промышленного туризма на базе известных музеев-заповедников Кемеровской области. Для привлечения туристских потоков из Сибири в Кемеровскую область создан Сибирский кластер искусств.

Индустриальный имидж региона необходимо сделать положительным фактором в развитии туризма. Необходимо позиционировать промышленность региона как сосредоточение высокотехнологичных уникальных предприятий, функционирующих с соблюдением всех стандартов качества и безопасности производства. Качество реализации программы «Чистый уголь – зеленый Кузбасс», процессы рекультивации и применения новых экологических стандартов будут интересны для людей прибывающих и в деловые, и в ознакомительные поездки. Особую роль в продвижении историко-культурного и промышленного туризма в регионе должно сыграть празднование 300-летия открытия угольных ресурсов Кузбасса в 2021 г.

Стратегические интересы как государства в целом, так и его важнейшего промышленного региона – Кузбасса могут быть реализованы в том числе и с помощью международных промышленных выставок [15, 16]. На сегодняшний день ключевым выставочным событием

Кузбасса является ежегодная международная выставка «Уголь России и Майнинг». Кроме того, по угольно-металлургической тематике проходит мероприятие «Металлургия», а также в регионе проводятся выставки «Архитектура. Строительство», «Лес. Деревообработка», «Продмаркет», «Интерсити» и др. Для развития делового туризма необходимо создание инфраструктуры в Кемерово и Шерегеше, и поддержка усилий ЗАО «Кузбасская ярмарка» в Новокузнецке.

Для формирования выставочного продукта высокого качества целесообразно разработать Программу развития выставочной и конгрессной деятельности в регионе. Эффективной может быть продвижение образцов продукции и технологий, созданных в Кузбассе, под единым брендом «Сделано в Кузбассе». Национальный бренд «Сделано в ...» используется всеми государствами, заинтересованными в развитии экспорта, прежде всего промышленного. Так, бренд «Сделано в Германии» способствует получению государством около 1 трлн евро в год.

Реализацию выставочно-ярмарочной деятельности в регионе целесообразно также осуществлять по следующим направлениям: экология, спорт, образование и медицина и велнес индустрия, продвигая продукты как на международном, так и на общероссийском, межрегиональном и региональном рынках.

### Заключение

Кузбасс – регион всесезонного туризма. Релевантными с точки зрения стратегии развития туризма в Кемеровской области являются горнолыжный и снегоходный туризм. Требуются серьезные усилия организационного характера, чтобы первый продолжал сохранять свои позиции в регионе в условиях жесткой конкуренции в мире и России. Снегоходный туризм не сможет получить реальной коммерческой реализации без серьезной экономико-правовой поддержки на региональном и федеральном уровнях. Выставочно-ярмарочная деятельность, деловой, промышленный и событийный туризм безусловно стратегически важны, так как обеспечивают круглогодичное функционирование туристской индустрии региона и отвечают стратегическим интересам государства, локализованным в Кузбассе.

### Библиографический список

1. Егорейченко А.Б. Потенциал инновационного развития современных городов //

Общество: политика, экономика, право. 2018. № 1. С. 62–65. DOI: 10.24158/per.2018.1.11

2. Распоряжение Правительства РФ от 10.07.2014 № 1273-р «Концепция развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации». URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70595596/>

3. Отчет Всемирной туристской организации (UNWTO) International Tourism Highlights. 2019 Edition. URL: [https://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2019.pdf](https://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2019.pdf)

4. Kum H., Aslan A., Gungor M. Tourism and economic growth: The case of Next 11 countries // International Journal of Economics and Financial Issues. 2015. N 5 (4). P.1075–1081.

5. Постановление Правительства от 15 апреля 2014 года № 317 «Государственная программа «Развитие культуры» на 2013–2020 годы». URL: <http://government.ru/rugovclassifier/856/events/>

6. Карпова Г.А., Максимова Л.Б. Проблемы совершенствования управления туризмом на уровне региона // Известия СПбГЭУ. 2016. № 4 (100). С. 87–93.

7. Официальный сайт Всемирной выставочной ассоциации УФИ. URL: <https://www.ufi.org/our-events/> (дата обращения 15.05.2020).

8. The Global Exhibition Barometer (February 2020). URL: <https://www.ufi.org/archive-research/the-global-exhibition-barometer-february-2020/>

9. Официальный сайт Федерального агентства по туризму. URL: <https://www.russiatourism.ru/news/16677>

10. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года (Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008. №1662-п). URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_82134/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82134/)

11. Квинт В.Л. Концепция стратегирования. Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2020. 170 с.

12. Kvint V. Strategy for the Global Market: Theory and practical application. NY, London, Sydney: Routledge, 2015. 520 p.

13. Оборин М.С. Инфраструктурное пространство развития курортно-рекреационного комплекса России // Туризм и гостеприимство. 2017. № 1. С. 9–15.

14. О развитии снегоходного туризма в Кемеровской области (с изменениями на: 10.01.2017). Закон Кемеровской области от 27 мая 2009 г. № 67-ОЗ. Консорциум «Кодекс»:

электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. АО «Кодекс», 2018. URL: <http://docs.cntd.ru/document/990308949> (дата обращения: 24.05.2020).

15. Садовничая А.В. Выставочно-ярмарочная деятельность как эффективная организационная форма реализации стратегических интересов государства // Управленческое консультирование. 2017. № 7 (103). С. 96–109. DOI 10.22394/1726-1139-2017-7-96-109

16. Садовничая А.В. Формирование систем стратегического регулирования и мотивирования выставочно-ярмарочной отрасли // Экономика в промышленности. 2018. Т. 11. № 3. С. 215–225. DOI: 10.17073/2072-1633-2018-3-215-225

### References

1. Egoreichenko A.B. The potential for innovative development of modern cities. *Society: Politics, Economics, Law*. 2018. No. 1. Pp. 62–65. (In Russ.). DOI: 10.24158/pep.2018.1.11

2. The concept of the development of exhibition, fair and congress activities in Russian Federation [order of the Government of the Russian Federation from 10.07.2014 No. 1273-p]. Available at: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70595596/> (In Russ.)

3. UNWTO Report International Tourism Highlights. 2019 Edition. Available at: [https://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2019.pdf](https://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2019.pdf)

4. Kum H., Aslan A., Gungor M. Tourism and economic growth: The case of Next 11 countries. *International Journal of Economics and Financial Issues*. 2015. No. 5 (4). Pp. 1075–1081.

5. The state program «Development of Culture» for 2013–2020 [Government Decree dated 15 April 2014 No. 317]. Available at: <http://government.ru/rugovclassifier/856/events/> (In Russ.)

6. Karpova G.A., Maksanova L.B. Problems of tourism optimization management on the regional level. *Izvestiâ Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo èkonomičeskogo universiteta*. 2016. No. 4 (100). Pp. 87–93. (In Russ.)

7. The official website of the World Exhibition Association Available at: <https://www.ufi.org/our-events/> (accessed: 21.08.2020).

8. The Global Exhibition Barometer (February 2020). Available at: <https://www.ufi.org/archive-research/the-global-exhibition-barometer-february-2020/>

9. The official website of the Federal Agency for Tourism. Available at: <https://www.russiatourism.ru/news/16677> (In Russ.)

10. The concept of long-term socio-economic development of the Russian Federation for the period until 2020 (Order of the Government of the Russian Federation dated 17.11.2008. No. 1662-p). Available at: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_82134/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82134/) (In Russ.)

11. Kvint V.L. *The Concept of Strategizing*. Kemerovo: Kemerovo State University, 2020. 170 p. (In Russ.)

12. Kvint V. Strategy for the Global Market: Theory and practical application. NY, London, Sydney: Routledge, 2015. 520 p.

13. Oborin M.S. Infrastructural development of resort and recreational complex of Russia. *Turizm i gostepriimstvo = Tourism and Hospitality*. 2017. No. 1. Pp. 9–15. (In Russ.)

14. The law of the Kemerovo region dated 27.05.2009, No. 67-OZ «On the development of snowmobile tourism in the Kemerovo region». Available at: <http://docs.cntd.ru/document/990308949> (accessed: 24.05.2020). (In Russ.)

15. Sadovnichaya A.V. Exhibition and Trade Fair Activity as an Effective Organizational Method to Fulfill State Strategic Interests. *Administrative Consulting*. 2017. No. 7 (103). Pp. 96–109. (In Russ.). DOI: 10.22394/1726-1139-2017-7-96-109

16. Sadovnichaya A.V. Strategic regulation and motivation for the exhibition and trade fair industry. *Russian Journal of Industrial Economics*. 2018. Vol. 11. No. 3. Pp. 215–225. (In Russ.). DOI: 10.17073/2072-1633-2018-3-215-225

Информация об авторах / Information about the authors

**Пятовский Антон Александрович** – Администрация Правительства Кузбасса, Министерство туризма и молодежной политики Кузбасса, министр туризма и молодежной политики Кузбасса, kempochta@mail.ru. 650064, Кемерово, просп. Советский, д. 63

**Садовническая Анна Викторовна** – Зам. Генерального директора АО «Экспоцентр», канд. экон. наук, доцент кафедры экономической и финансовой стратегии Московская школа экономики МГУ им. М.В. Ломоносова, avsadov@gmail.com, Выставочно-конгрессная компания «Экспоцентр», 123100, Москва, Краснопресненская наб., д. 14

**Чхотуа Илона Зурабовна** – канд. экон. наук, старший преподаватель кафедры экономической и финансовой стратегии, Chkhotua@inbox.ru, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Московская школа экономики, 119991, Москва, Ленинские горы, д. 1, стр. 61

**Юматов Константин Владимирович** – канд. ист. наук, доцент. Кемеровский государственный университет, Институт истории и международных отношений, Руководитель Сибирской школы туризма и гостеприимства, доцент кафедры всеобщей истории и международных отношений, Юридический институт, и.о. заведующего кафедрой международного права, Кемеровский государственный университет, 650000, Кемерово, ул. Красная, д. 6

**Anton A. Pyatovskiy** – Administration of Government of Kuzbass, Ministry of Tourism and Youth policy of Kuzbass, Minister of Tourism and Youth policy of Kuzbass, kempochta@mail.ru, 63 Sovetskiy Prospect, Kemerovo 650064, Russia

**Anna V. Sadovnichaya** – Deputy General Director of JSC «Expocenter», PhD (Econ.), Associate Professor, Economic and Financial Strategy Department at Lomonosov Moscow State University' Moscow School of Economics. avsadov@gmail.com, 4 Krasnopresnenskaya naberezhnaya, Moscow 123100, Russia

**Iлона Z. Chkhotua** – Senior Lecturer, Economic and Financial Strategy Department at Lomonosov Moscow State University' Moscow School of Economics. Chkhotua@inbox.ru, 1-61 Leninskie Gory, Moscow 119991, Russia

**Konstantin V. Yumatov** – PhD (Historical), Associate Professor at the Department of General History and International Relations Kemerovo State University, Institute of History and International Relations, Head of Siberian School of Tourism and Hospitality, Acting Head of the International Law Department, Law Institute at Kemerovo State University, yumatov@list.ru, 6 Krasnaya Str., Kemerovo 650000, Russia

Поступила в редакцию 01.06.2020 г.; после доработки 10.09.2020 г.; принята к публикации 17.09.2020 г.