

ЭКСПОРТНЫЙ ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК ФАКТОР РЕГУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ

Значение международного туризма как отрасли мирового хозяйства непрерывно возрастает. Вклад туризма и сопутствующих отраслей в развитие национальной экономики является важным фактором ее равномерного функционирования. В настоящее время Россия использует далеко не все возможности, связанные с развитием международного туризма на территории страны. В статье обосновывается введение нового термина «экспортный туристский потенциал» и определяется его значение. Также представлена разработанная классификация факторов развития международного туризма на национальном и региональном уровне и определены основные параметры методики, основанной на экономико-математическом моделировании, позволяющей определять степень воздействия различных факторов на формирование и развитие экспортного туристского потенциала государства в целом и отдельных регионов.

Ключевые слова: туризм, международный туризм, факторы развития туризма, экспортный туристский потенциал, классификация факторов, количественная оценка факторов, проблемы развития туризма в регионе.

**M.V. Solodkov
A.O. Borisova**

EXPORT TOURIST POTENTIAL AS A REGULATION FACTOR OF INTERNATIONAL TOURISM DEVELOPMENT IN A REGION

The role of international tourism as an industry of world economy is constantly increasing. Contribution of tourism and associated industries in the development of the national economy is an important factor of its sustainable functioning. Nowadays Russia uses not all capabilities connected with the development of international tourism on the country's territory. There is an explanation for introduction of new term «export tourist potential» and its description in the article. It also includes generated by the authors classification of development factors of international tourism at the national and regional levels. Besides there are main parameters of technique which is based on economic-mathematical modelling. This technique also gives an opportunity to determine the level of influence of different factors on the formation and development of export tourist potential of the state in general and different regions.

Keywords: tourism, international tourism, factors of tourism development, export tourist potential, classification of factors, quantitative evaluation of factors, problems of tourism development in a region.

В настоящее время международный туризм является одной из самых динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства. Ежегодный прирост международного туристского потока составляет около 4–5 %. По прогнозам Всемирной туристской организации, к 2030 г. ежегодное число международных туристских прибытий должно достигнуть 1,8 млрд чел. Одновременно с этим непрерывно возрастает диверсификация международного туризма, развиваются имеющиеся и появляются его новые виды и направления, непрерывно увеличивается число туристских дестинаций.

Следует отметить, что в количественном отношении международный туризм является одной из крупнейших отраслей мирового хозяйства. На его долю приходится около 10 % мирового ВВП и примерно 9 % рабочих мест в мировой структуре занятости. Для многих стран туристская отрасль и связанные с ней сферы экономической активности являются основным источником дохода. Значительную роль туризм играет и в международной торговле: объем мирового экспорта по туризму в 2015 г. составлял около 1,5 трлн долл. США в денежном выражении, что эквивалентно 7 % совокупного мирового экспорта и 30 % мирового экспорта услуг. В 2016 году эти показатели увеличились примерно на 4 %, и данная тенденция сохраняется по настоящее время. Туристский экспорт по различным подсчетам равен или даже превышает экспорт таких отраслей, как автомобильная, нефтяная или продовольственная [6]. В сфере услуг туризм сравним лишь с транспортными услугами, которые при этом неразрывно связаны с туристической сферой. Таким образом, международный туризм играет важнейшую роль в современной мировой экономике, обеспечивая существенную долю дохода и рабочих мест национальных экономик, развивая ряд сопутствующих отраслей и способствуя укреплению международных торгово-экономических связей и интеграционных процессов.

Отдельное внимание следует уделить влиянию международного туризма на национальную и мировую экономику. Прежде всего, необходимо сказать о том, что с процессами международного туризма связаны такие понятия, как туристский импорт и туристский экспорт. Туристским импортом называется ввоз в страну туристских впечатлений и вывоз денежных средств, туристским экспортом – вывоз туристских впечатлений и ввоз денежных средств [5, с. 83]. Импорт в международном туризме соответствует выездному туризму, экспорт – въездному. Таким образом, туризм является уникальной сферой, где импорт осуществляется за пределами импортирующей страны, а экспорт – внутри страны-экспортера. Эта особенность позволяет вовлечь в экспортную деятельность компании, не имеющие возможности самостоятельно заниматься классическими экспортными операциями [4]. Это означает, что международный туризм способствует активизации экспортной деятельности национальных экономик. Кроме того, производство туристских товаров и услуг, являющихся объектом купли-продажи на мировом рынке, напрямую влияет на объемы мирового ВВП и международной торговли, а активный туристский обмен способствует ускорению интеграционных процессов между странами.

Как и другие виды экспортно-импортных операций, туризм отражается в платежном балансе стран-участников международного туристского обмена и

влияет на его состояние. Иностранцы туристы, оплачивая товары и услуги, обеспечивают поступление валюты в бюджет принимающей страны, и тем самым активизируют ее платежный баланс. Поэтому приезд иностранных туристов носит название активного туризма. Напротив, выезд туристов сопряжен с оттоком национальной денежной единицы из страны. Международные платежи по туристским операциям такого рода фиксируются в пассиве платежного баланса страны-поставщика туристов, а сам туризм называется пассивным [3, с. 12]. Таким образом, активный туризм обогащает страну, а пассивный обедняет. Соответственно, задачей государств и регионов, участвующих в международном туристском обмене, является стимулирование и развитие, в первую очередь, въездного туризма, обогащающего национальную экономику и способствующего ее развитию, созданию новых рабочих мест и подъему уровня жизни местного населения.

Влияние туристской отрасли на национальную экономику можно в целом описать следующим образом. Туристские расходы приносят доход местному населению, предприятиям туристской индустрии и государству. Часть денег туристов уходит на возмещение затрат от покупки импортных товаров и услуг, поэтому эти средства не участвуют в дальнейшем кругообороте в рамках национальной экономики. Вторичные расходы представляют собой расходы экономических субъектов, получивших доходы от туристов. Аналогично туристским расходам, вторичные расходы направляются на покупку местных товаров и услуг (но уже других) и, соответственно, становятся доходами экономических субъектов, связанных с производством и реализацией приобретенных товаров и услуг. При этом определенная доля доходов от импорта возвращается в национальный бюджет в виде налогов. Также часть средств выбывает из оборота из-за оседания в накоплениях местного населения. Таким образом, каждая денежная единица, потраченная туристами в дестинации, многократно участвует в процессе создания стоимости, однако ввиду выбытия средств из оборота в каждом последующем цикле доходы местной экономики, сгенерированные туристскими расходами, рано или поздно становятся равными нулю. Тем не менее, в процессе многократного обращения полученных от туристов средств возникают доходы, суммарно превышающие первоначальные расходы туристов.

Кроме того, в результате привлечения туристов происходит развитие не только туристической отрасли, но и ряда других сфер экономики: производства товаров народного потребления, связи, транспорта, строительства, торговли и др. Согласно данным Ростуризма, туризм стимулирует экономический рост по 53 отраслям [4]. Также туризм, будучи комплексным явлением и требуя большого количества обслуживающих его сфер, является мощнейшим стимулом роста занятости. При этом большая часть вакансий не требует высокого уровня квалификации сотрудников, что бывает крайне важно для слаборазвитых стран и регионов. Развитие туризма и смежных с ним сфер способствует общему экономическому развитию, развитию малого и среднего бизнеса и самозанятости, увеличению налоговых поступлений в бюджет и повышению качества жизни местного населения, в чем выражается главная социально-экономическая цель поддержки туристической сферы с точки зрения государ-

ства. Еще один полезный эффект от туризма заключается в том, что он способствует сглаживанию диспропорций между различными дестинациями. Это обусловлено тем, что объекты туристского интереса (например, уникальных природных и культурных ресурсов) зачастую расположены в наименее затронутых цивилизацией и промышленностью странах и регионах, характеризующихся слабой экономикой. Тем самым туризм создает возможности для экономического подъема более отсталых регионов и стран и перераспределения доходов между субъектами мировой экономики.

Россия в настоящее время занимает весьма значительные позиции на рынке международного туризма. Она закрывает первую десятку популярнейших стран по числу посещений иностранными туристами и занимает уверенное 6 место в списке стран-импортеров туристских услуг. Как крупнейшая по площади страна в мире, Россия обладает огромным туристским потенциалом и при соответствующем уровне развития инфраструктуры, по оценкам экспертов, способна принимать в год порядка 40 млн иностранных туристов. Тем не менее, страна получает незначительные преимущества от участия в международном туристском обмене. Число иностранных туристов, посетивших Россию в 2016 г., составило около 28 млн чел., что в 1,5 раза меньше потенциально возможного уровня. Доходы России от экспорта туризма в 2015 г. составили 8 465 млн долл., что эквивалентно 0,65 % национального ВВП и сравнимо с уровнем вклада въездного туризма в экономику Эфиопии или Афганистана. При этом доля экспорта туризма на международном рынке составляет 1,6 % мирового ВВП, а в таких популярных туристских дестинациях, как Мальдивские острова или Макао, аналогичный показатель достигает 81–83 % от объема национальной экономики.

Еще одной проблемой России на мировом рынке туризма можно назвать то, что она традиционно является в большей степени импортером, чем экспортером туристских услуг, и сокращение отрицательного внешнеторгового сальдо по этой позиции стало наблюдаться лишь в последние годы.

Такие данные свидетельствуют о том, в современной России международный туризм является не источником валютных поступлений, а каналом утечки валюты из страны. На мировом рынке туристских услуг эта тенденция также отчетливо видна – в настоящее время на Россию приходится 2,9 % мирового импорта туризма и лишь 0,7 % мирового экспорта.

Экономика России наиболее схожа по объемам с экономиками таких стран, как Республика Корея, Австралия, Канада, Испания, Мексика. Однако участие ни одной из них в мировой торговле туристскими услугами не характеризуется столь же низкой долей в экспорте: минимальное ее значение среди названных государств составляет 1,2 % (Республика Корея), максимальное – 4,6 % (Испания). Таким образом, проведенный анализ еще раз подтверждает, что положение России на мировом рынке туризма в настоящее время не является выгодным, а в развитии отрасли наблюдаются явные диспропорции.

Очевидной и очень актуальной задачей, стоящей перед нашей страной на современном этапе развития, является активное содействие развитию въездного международного туризма.

В связи с вышесказанным возникает необходимость дать четкое определение понятию экспортного туристского потенциала страны. Оно вытекает из понятий «экспортный потенциал» и «туристский потенциал». Под туристским потенциалом Ширинкин П.С. понимает некоторую совокупность условий и средств, обеспечивающих возможность формирования туристского продукта и реализации соответствующих туров. Более полное определение туристского потенциала дает В.Г. Гуляев. Он рассматривает туристский потенциал как совокупность природных и историко-культурных объектов и явлений, а также социально-экономических и технологических предпосылок для организации туристской деятельности на определенной территории, причем данная деятельность непременно должна сводиться к соблюдению базовых принципов туризма [2].

Понятие экспортного потенциала в российской экономической науке определено более конкретно, нежели понятие туристского потенциала. Экспортный потенциал, согласно исследователям Савинову Ю.А. и Мигунову А.Ю., представляет собой способность национальной экономики, ее секторов, отраслей, предприятий и компаний производить конкурентоспособные на мировом рынке товары и услуги путем использования как сравнительных национальных преимуществ (масштабные природные ресурсы, благоприятные географические, инфраструктурные факторы, высокая производительность труда и др.), так и новых конкурентных преимуществ, основанных на достижениях науки и научно-технического прогресса.

В связи с вышесказанным авторы предлагают следующее определение экспортного туристского потенциала. Экспортный туристский потенциал представляет собой способность национальной туристской отрасли, входящих в нее и связанных с ней подотраслей, предприятий, государственных структур и регулирующих органов производить и реализовывать конкурентоспособные на мировом рынке услуги и продукты туристской отрасли, а также обеспечивать условия для развития международного въездного туризма на территории страны, используя совокупность природных, историко-культурных, социально-экономических, технологических и других предпосылок для организации туристской деятельности. Таким образом, термин «экспортный туристский потенциал» связывается, в первую очередь, с состоянием туристского предложения страны.

Следует отличать туристский потенциал дестинации от ее туристской конкурентоспособности. В.И. Видяпин, М.В. Степанов под туристской конкурентоспособностью понимают возможность участия региона в конкурентных отношениях, определяемую наличием и реализацией конкурентного потенциала. Р.Г. Маннапова, Л.Г. Ахтариева рассматривают туристскую конкурентоспособность как «сложную организационно-экономическую категорию, свидетельствующую об умении и готовности региона отвечать на вызовы внешней (как национальной, так и глобальной) среды на основе сформировавшегося специфического социально-экономического потенциала, знаний и инноваций, имеющих и вновь созданных преимуществ, быстро адаптирующихся к изменениям рыночных и социальных условий общественного прогресса и позволяющих в итоге обеспечить более высокое по сравнению с другими регионами

качество жизни своего населения, причем как в настоящее время, так и в будущем» [1]. Таким образом, основным отличием туристской конкурентоспособности от туристского потенциала дестинации является то, что первая представляет собой более широкую категорию, учитывающую не только наличие туристского потенциала как такового, но и его соотношение с туристским потенциалом конкурентов, в то время, как туристский потенциал характеризует только особенности рассматриваемой территории. Экспортный туристский потенциал же является, в некотором роде, объединяющим эти понятия элементов, характеризующим, в первую очередь, состояние туристского предложения страны, однако с учетом его конкурентоспособности на мировом рынке

Грань между рассмотренными понятиями «туристский потенциал» и «туристская конкурентоспособность» достаточно тонкая, поэтому не все исследователи акцентируют на ней внимание. Так, существует ряд моделей конкурентоспособности туристских дестинаций, основанных на элементах и характеристиках туристского предложения, т. е. на учете, в первую очередь, туристского потенциала: модель Крауча и Ричи, модель Дуайера, индекс конкурентоспособности ТТСІ. Также можно сказать, что все перечисленные модели основаны на факторах, влияющих на развитие туризма. К таким факторам можно отнести наличие уникальных природных и культурно-исторических ресурсов, привлекающих туристов (Ниагарский водопад, египетские пирамиды, Мачу-Пикчу, озеро Байкал), особенности климата, состояние туристской инфраструктуры. Большое значение имеет качество управления развитием туристской дестинации (например, эффективность маркетинговой политики, благодаря которой о дестинации узнают в отдаленных странах), уровень цен на туристские продукты, вероятность возникновения военных конфликтов, политическая напряженность, активность сотрудничества между странами и множество других обстоятельств. Совокупность факторов, сочетающихся определенным образом, фактически, является определяющей силой в развитии экспортного туристского потенциала той или иной страны.

В этой связи представляется актуальной и практически значимой разработка методики по выявлению закономерностей и приоритетных путей развития экспортного туристского потенциала России на основе экономико-математического моделирования. Основным инструментом реализации данной методики, по мнению авторов, должна стать корреляционно-регрессионная модель, количественно характеризующая силу воздействия различных факторов на состояние экспортного туристского потенциала страны.

Предлагаемая методика включает следующие этапы:

- Поиск, сбор и систематизация статистических данных, характеризующих текущий уровень и факторы развития экспортного туристского потенциала регионов России;
- Отбор показателей в соответствии с математическими критериями значимости и составление многофакторной корреляционно-регрессионной модели, характеризующей силу и направленность влияния факторов на уровень

развития экспортного туристского потенциала России на национальном и региональном уровне;

– Определение причин отставания или опережения в развитии экспортного туристского потенциала России на национальном и региональном уровне посредством выявления и анализа факторов, оказывающих наибольшее и наименьшее влияние на исследуемый процесс;

– Разработка оптимальных путей воздействия на факторы с учетом силы их влияния на уровень развития экспортного туристского потенциала на национальном и региональном уровне согласно результатам моделирования.

1. Для систематизации факторов развития экспортного туристского потенциала авторами была разработана классификация факторов развития международного туризма. Элементы в ней систематизированы в соответствии с двумя критериями. Первый критерий ранее использовался в российских исследованиях, он характеризует принадлежность фактора к определенному виду туристских ресурсов (культурно-историческим, природно-рекреационным), сферам человеческой жизнедеятельности (экономической, политической, социальной) или ее составляющим (технологической, правовой и др.). Второй критерий ранее не использовался в отечественной практике, он введен авторами. Этот критерий связан с источником влияния факторов на международный туризм. В соответствии с ним можно выделить факторы, влияние которых обусловлено характеристиками страны отправления (т.е. факторы, характеризующие иностранный туристский спрос) и факторы, влияние которых обусловлено характеристиками страны временного пребывания туристов (т.е. факторы со стороны предложения или факторы, характеризующие экспортный туристский потенциал).

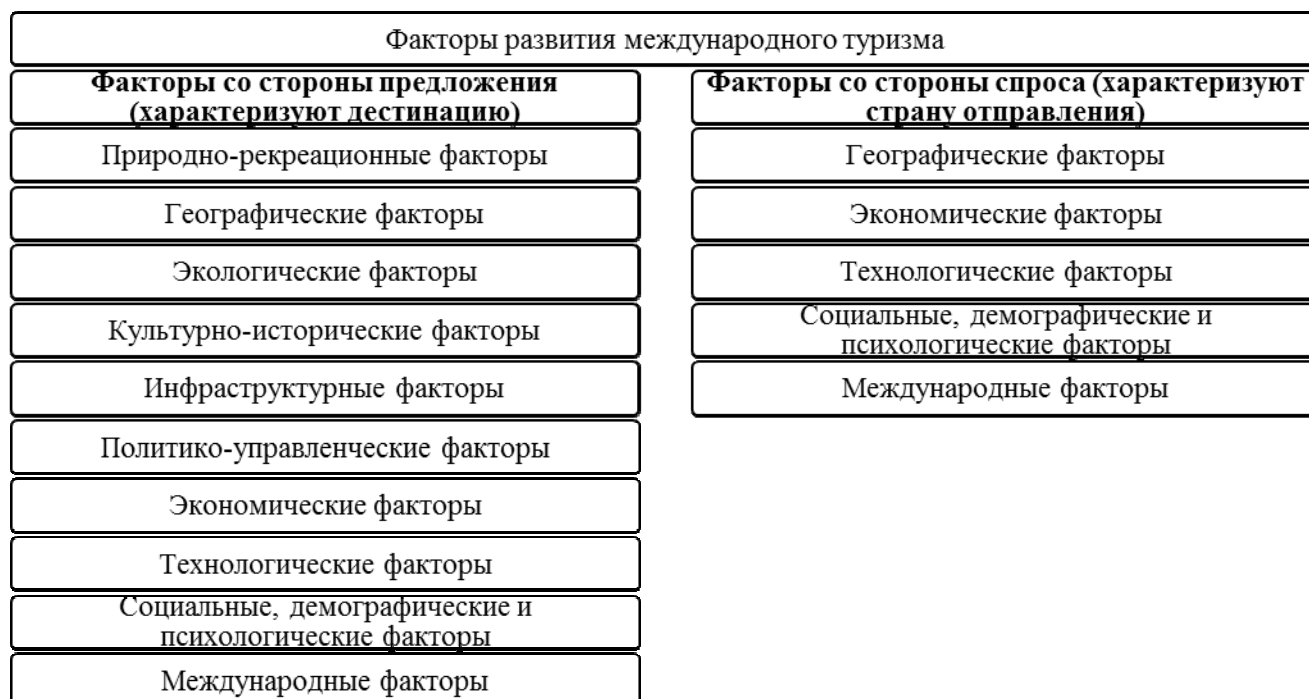


Рис. 1. Классификация факторов развития международного туризма

2. Основой для разработки данной классификации послужили модели конкурентоспособности туристских дестинаций Крауча и Ричи, Дуайера, Мэллора, Ливэйка, Эдвардса и Кима, Кирьяновой Л.Г., показатели Индекса конкурентоспособности индустрии путешествий и туризма Всемирного экономического форума, классификации факторов развития международного туризма Кускова А.С., Джаладян Ю.А., Вавиловой Е.В., Черненко В.А., Федоровой С.В., Кружалина С.В.

Разработанная классификация дает наиболее комплексное и всестороннее представление о факторах развития международного туризма по сравнению с зарубежными и отечественными аналогами, а также позволяет выделить факторы, влияющие на развитие экспортного туристского потенциала.

Представляется, что практическое использование предлагаемой методики оценки экспортного туристского потенциала, основанной на количественном учете влияния факторов, составляющих разработанную классификацию, позволит в существенной степени упорядочить и систематизировать усилия, принимаемые на разных уровнях управления и направленные на развитие въездного международного туризма в Российской Федерации. Особый интерес представляет возможность использования разработанной методики для оценки экспортного туристского потенциала отдельных регионов России, что позволит дифференцированно подходить к вопросам развития и поддержки международного въездного туризма на территориях, существенно отличающихся друг от друга по многим параметрам.

Список использованной литературы

1. Вавилова Е. В. Основы международного туризма : учеб. пособие / Е. В. Вавилова. – М. : Гардарики, 2005. – 160 с.
2. Гокжаева Е. Б. К вопросу об определении термина «инфраструктура» / Е. Б. Гокжаева // Региональная экономика: теория и практика. – 2011. – № 27 (190). – С. 47–51.
3. Левашева М. В. Перспективы развития туризма в Иркутской области / М. В. Левашева // Известия ИГУ. Сер. : Науки о Земле. – 2010. – Т. 3, № 1. – С. 80–89.
4. Рогова Н. Финансовые результаты Олимпиады в Сочи [Электронный ресурс] / Н. Рогова // Блог о деньгах, банках, кредитах. – Режим доступа: <http://100bankov.com/blog/finansovye-rezyltaty-olimpiady-v-sochy/index.html> (20.02.2018).
5. Туризм как вид деятельности : учебник / Зорин И. В. [и др.]. – М. : Финансы и статистика. 2005. – 288 с.
6. Tourism – an economic and social phenomenon [Электронный ресурс] / World Tourism Organization. – Режим доступа: <http://www2.unwto.org/content/why-tourism> (24.03.2018).

Информация об авторах

Солодков Михаил Викторович – кандидат экономических наук, доцент, кафедра мировой экономики и международного бизнеса, Байкальский государственный университет, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: detrester@ya.ru.

Борисова Алина Олеговна – преподаватель, кафедра мировой экономики и международного бизнеса, Байкальский государственный университет, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11, e-mail: a-li-na-08@yandex.ru.

Authors

Solodkov Mikhail Viktorovich – PhD in Economics, Associate Professor, Chair of World Economics and International Business, Baikal State University, 11, Lenin str., Irkutsk, 664003, e-mail: detrester@ya.ru.

Borisova Alina Olegovna – teacher, Chair of World Economics and International Business, Baikal State University, 11, Lenin str., Irkutsk, 664003, e-mail: a-li-na-08@yandex.ru.