

ФАКТОРЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТНОГО ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РОССИИ

© 2019

А.О. Борисова, аспирант кафедры мировой экономики и экономической безопасности
Байкальский государственный университет, Иркутск (Россия)

Ключевые слова: международный туризм; въездной туризм; экспорт туризма; экспортный потенциал; туристский потенциал; моделирование туризма; факторы развития туризма; туризм в России.

Аннотация: На сегодняшний день, по данным ЮНВТО, международный рынок туризма является одним из наиболее крупных и динамично развивающихся мировых рынков услуг. Россия – активный участник международного рынка туризма. Однако, обладая значительным экспортным потенциалом в сфере туризма, на мировой арене она является преимущественно импортером туристских услуг, тем самым теряя экономические выгоды от участия в международном туристском обмене.

Исследование направлено на определение возможных путей развития экспортного потенциала в России в сфере туризма. В работе осуществлен комплексный анализ факторов развития международного туризма и их классификация с учетом зарубежного и российского опыта исследований, выделены факторы, влияющие на экспортный туристский потенциал дестинации. Предложена многофакторная экономико-математическая модель, характеризующая силу влияния наиболее значимых факторов на уровень развития экспортного туристского потенциала России. Был осуществлен анализ результатов моделирования, выявлена сила влияния каждого включенного в модель фактора на исследуемый показатель, сделаны выводы о значимости экономических, инфраструктурных, технологических, природно-рекреационных и культурно-исторических факторов на примере конкретных показателей, обосновано и объяснено влияние каждого из них. В заключение были предложены меры, направленные на увеличение экспортного туристского потенциала России посредством снижения стоимости билетов российских авиакомпаний, развития развлекательной, гостиничной инфраструктуры, улучшения условий ведения бизнеса в стране.

ВВЕДЕНИЕ

Международный рынок туризма на сегодняшний день является одним из крупнейших мировых рынков услуг. Ежегодно он увеличивается на 4–5 %, расширяется ассортимент туристских предложений и число участников рынка. Въездной туризм входит в число отраслей, состояние которых определяет перспективы социально-экономического развития стран и регионов [1]. Он является источником валютных поступлений и развивает ряд смежных сфер экономики: строительство, связь, транспорт, торговлю и др. По оценкам специалистов Всемирного экономического форума, Россия обладает достаточным потенциалом для того, чтобы уверенно занимать позиции экспортера на данном рынке и принимать до 40 млн иностранных туристов ежегодно [2]. Однако статистика свидетельствует о том, что выездной туристский поток страны на протяжении последних 15 лет существенно превышает въездной, как и расходы выезжающих за границу туристов по сравнению с доходами от принятия иностранных (рис. 1).

Достаточно большое количество работ посвящено выявлению причин, препятствующих развитию въездного туризма в России, однако, как правило, в них затронуты лишь отдельные вопросы исследуемой темы. В связи с этим автором были рассмотрены модели конкурентоспособности туристских дестинаций и классификации факторов развития международного туризма, разработанные российскими и зарубежными исследователями. К наиболее известным моделям следует отнести концептуальную модель конкурентоспособности дестинации J.R.V. Ritchie, G.I. Crouch [5], включающую 36 факторов, объединенных в 5 блоков: ключевые ресурсы и средства привлечения туристов, поддерживающие факторы и ресурсы, управление дестинацией, по-

литика, планирование и развитие дестинации, ослабляющие и усиливающие факторы. Позже на основе концептуальной модели L. Dwyer и его соавторы разработали модель, включающую 88 элементов [6]. Ее особенностями являются учет фактора спроса и наличие двусторонних связей между факторами, что делает модель более реалистичной. Модель Л.Г. Кирьяновой [7] схожа с моделью [6], однако здесь новыми элементами являются местные жители и их позиция относительно развития туризма в регионе, участие населения в управлении развитием туризма в дестинации со стороны населения. Самый широкий список факторов (более 100) приводится в исследовании специалистов Всемирного экономического форума при расчетах Индекса конкурентоспособности туризма ТТСИ [8]. Факторы ТТСИ характеризуют благоприятность окружающей среды дестинации, политику развития туризма и создание благоприятных условий, инфраструктуру, природные и культурные ресурсы.

Необходимо отметить, что большинство работ, посвященных развитию экспортного туристского потенциала России, основано на использовании качественных, а не количественных методов исследования. Это обусловлено недостатком статистических данных и отсутствием их представления в единообразном структурированном и систематизированном виде [9]. Однако в условиях стремительно развивающихся информационных технологий и их активного внедрения в процесс организации и управления туристской деятельностью в рамках данного исследования представляется актуальным использование экономико-математических методов анализа, которые предоставляют значительно более широкие возможности по обработке данных. Эффективность применения количественных методов подтверждается многими зарубежными исследованиями,

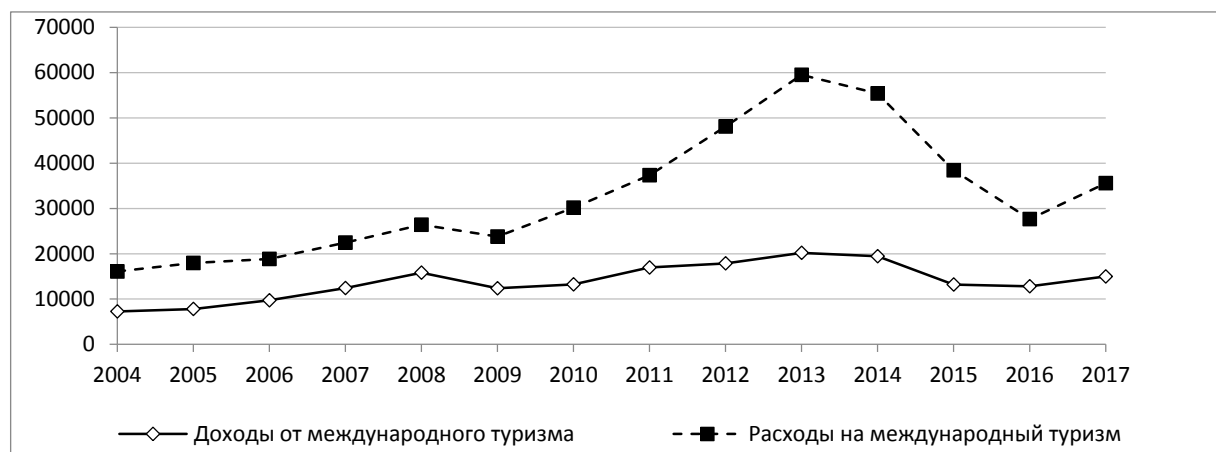


Рис. 1. Динамика доходов России от международного туризма и расходов на международный туризм в 2004–2017 гг., млн долл. США [3; 4]

посвященными изучению факторов развития туризма путем составления экономико-математических моделей [10; 11].

Цель работы – выявление факторов и перспективных направлений развития экспортного туристского потенциала России.

МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для достижения целей исследования автором предлагается методика, включающая следующие этапы.

1. Поиск, сбор и систематизация статистических данных, характеризующих факторы развития экспортного туристского потенциала регионов и его текущий уровень.

2. Преобразование и отбор показателей в соответствии с математическими критериями значимости. Составление многофакторной корреляционно-регрессионной модели, характеризующей силу и направленность влияния факторов на уровень развития экспортного туристского потенциала.

3. Определение причин отставания или опережения в развитии экспортного туристского потенциала посредством выявления и анализа факторов, оказывающих наибольшее влияние на исследуемый процесс, выявление перспективных направлений развития.

В качестве экономико-математического инструмента исследования была выбрана многофакторная корреляционно-регрессионная модель. Она предназначена для выявления линейной зависимости вариации одного результирующего показателя от множества воздействующих, что позволяет исследовать влияние различных факторов на развитие экспортного потенциала туризма России.

Модель позволяет учитывать как положительную, так и отрицательную силу влияния на зависимый показатель, что дает возможность ранжировать факторы по значимости и определить, насколько следует изменить каждый фактор, чтобы достигнуть желаемого уровня развития экспортного потенциала в сфере туризма. Важным для данного исследования свойством модели множественной регрессии является учет силы влияния не включенных в нее параметров, так как

в условиях ограниченного объема данных, представленных в российской статистике, не представляется возможным составить систему показателей, характеризующих абсолютно весь комплекс влияющих на туризм факторов.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

На основе анализа российского и зарубежного опыта исследований автором была составлена классификация факторов развития международного туризма. Она включила в себя факторы, обусловленные спросом (характеризуют иностранных туристов или место их постоянного пребывания) и факторы, обусловленные предложением (характеризуют экспортный туристский потенциал дестинации). В обе группы вошли географические, экономические, технологические, социальные, демографические, психологические и международные факторы. К факторам, обусловленным предложением, также были отнесены природно-рекреационные, экологические, культурно-исторические, инфраструктурные, политико-управленческие факторы.

На первом этапе – этапе поиска и систематизации количественных показателей для составления экономико-математической модели были проанализированы факторы развития экспортного туристского потенциала. В соответствии с предложенной классификацией были собраны данные, характеризующие состояние исследуемых факторов в регионах России. В качестве зависимого показателя была выбрана величина иностранного туристского спроса, отражающая реализованный экспортный потенциал. Источниками данных для составления модели послужили показатели Единой федеральной межведомственной информационной статистической системы [12] и Федеральной службы государственной статистики России [13].

На втором этапе была составлена модель, характеризующая силу влияния наиболее значимых факторов на величину экспортного туристского потенциала регионов России (таблица 1). В окончательный вариант модели было включено 10 независимых показателей-факторов, в том числе интегрированных, и 1 зависимый.

Таблица 1. Модель развития экспортного туристского потенциала России

$y=2,1+0,49x_1+0,06x_2+0,28x_3+0,33x_4-0,59x_5-0,57x_6+0,64x_7+0,7x_8+3,24x_9+0,06x_{10}+\varepsilon$	
y	Показатель уровня фактически реализованного экспортного туристского потенциала, выраженный как число иностранных граждан, размещенных в коллективных средствах размещения
x ₁	Природно-рекреационный фактор, учитывающий количество особо охраняемых природных территорий федерального значения, степень пригодности природно-рекреационных ресурсов для лечебно-оздоровительного и спортивного туризма, среднюю температуру воздуха, величину осадков
x ₂	Культурно-исторический фактор, отражающий объем фактически освоенных средств на проведение работ по сохранению объектов культурного наследия
x ₃	Инфраструктурный фактор, учитывающий число коллективных средств размещения
x ₄	Инфраструктурный фактор, отражающий состояние транспортной инфраструктуры, в т. ч. объем транспортных услуг, оказанных в расчете на 1 местного жителя, благоприятность плотности железнодорожной сети для целей туризма, плотность водных путей с гарантированными габаритами судовых ходов, количество международных аэропортов, число автобусов общего пользования на 100 тыс. чел. населения
x ₅	Экономический (ценовой) фактор, средняя стоимость полета в эконо-классе самолета как пример стоимости транспортных услуг
x ₆	Экономический (ценовой) фактор, средняя стоимость предоставления местного соединения связи как пример стоимости общественных услуг
x ₇	Экономический (ценовой) фактор, средняя стоимость развлекательных услуг
x ₈	Экономический фактор, показатель развитости туроператорской и турагентской сети, учитывающий количество фирм, занимающихся туроператорской и турагентской деятельностью
x ₉	Экономический фактор, показатель величины ВРП и прибыльности (убыточности) предприятий региона
x ₁₀	Технологический фактор, отражающий активность использования специальных программных средств в организациях для предоставления доступа к базам данных через глобальные информационные сети
ε	Случайная величина (остаток)

На третьем этапе путем подстановки суммарных данных по всем регионам в уравнение регрессии были выявлены факторы, оказывающие наибольшее влияние на величину экспортного туристского потенциала российских регионов (таблица 2).

Выявлено, что наиболее значимыми для формирования экспортного туристского потенциала России являются экономические, технологические и инфраструктурные факторы. Среди экономических факторов

по силе воздействия лидируют цены (в первую очередь цены на авиабилеты) и общий уровень развития экономики. В меньшей степени на величину экспортного потенциала России в сфере туризма влияют инфраструктурный фактор – размещение, а также развитость сети туроператоров и турагентств, культурно-исторические и природно-рекреационные факторы, состояние транспортной инфраструктуры, стоимость услуг связи.

Таблица 2. Сила влияния факторов x₁, x₂...x₁₀ на экспортный потенциал России в сфере туризма, %

Краткая расшифровка независимых переменных уравнения регрессии (факторов)	Переменная (фактор)	Сила влияния на y (в % от прогнозируемого y)
Экономический фактор (цена авиаперелета)	x ₅	-56
Экономический фактор (цена развлекательных услуг)	x ₇	41
Экономический фактор (ВРП, эффективность местного бизнеса)	x ₉	35
Технологический фактор	x ₁₀	21
Инфраструктурный фактор (размещение)	x ₃	14
Экономический фактор (развитость туроператорской и турагентской сети)	x ₈	7
Культурно-исторический фактор	x ₂	6
Природно-рекреационный фактор	x ₁	5
Инфраструктурный фактор (транспорт)	x ₄	4
Экономический фактор (цена местного соединения связи)	x ₆	-1

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Предложенная автором классификация факторов развития международного туризма объединяет в себе элементы зарубежных и российских моделей и подходов и систематизирует их на основе двух критериев. Первый критерий, в соответствии с которым были определены факторы, влияющие на туризм со стороны иностранного спроса или экспортного потенциала туристской дестинации, был предложен автором. Второй критерий был заимствован из работ российских исследователей, он характеризует принадлежность фактора к определенным условиям, ресурсам, сферам деятельности, оказывающим влияние на функционирование туристской сферы (природно-рекреационным, географическим, экономическим, политико-управленческим и др.). Такое распределение позволило учесть практически все факторы, описанные в зарубежных и отечественных работах, в результате чего полученная классификация более всеобъемлюща по сравнению с перечисленными выше моделями и классификациями.

В связи с тем, что факторы, характеризующие экспортный туристский потенциал, в большей степени поддаются управлению дестинацией, мы выбрали их для дальнейшего анализа. Для оценки их составляющих было подобрано 205 показателей.

На втором этапе все данные были приведены из абсолютного вида в относительный. Затем были исключены показатели с наименьшей силой влияния, а некоторые элементы, принадлежащие к одной группе факторов, были объединены с учетом силы влияния на иностранный туристский спрос каждого из них.

Разработанная модель удовлетворяет критериям значимости: критерий Фишера F больше $F_{табл}$, значимость F меньше заданного уровня значимости $\alpha=0,05$, критерий Стьюдента t превышает $t_{крит}$, границы доверитель-

ных интервалов соблюдены (таблица 3). Включенные в модель факторы на 89 % объясняют вариацию зависимого показателя y ($R^2=0,89$). Оставшиеся 11 % обусловлены не включенными в модель факторами: социально-психологическими, демографическими, политико-управленческими, международными и др.

Существенная отрицательная сила влияния стоимости авиаперелетов на уровень развития экспортного туристского потенциала России (-56 %) является достаточно ожидаемым результатом, так как транспортные расходы могут составлять половину и более стоимости тура, что особенно актуально для России как для страны, имеющей самую большую площадь в мире. При этом исследователи отмечают неконкурентоспособность тарифов на международных рейсах отечественных авиакомпаний по сравнению с предложениями иностранных авиаперевозчиков [14], резкие ценовые контрасты для различных направлений [15]. Завышение цен на билеты обусловлено рядом факторов. Наиболее значимыми причинами высокой стоимости билетов являются большие затраты на авиатопливо и устаревание парка гражданских воздушных судов, обслуживание которых связано со значительными издержками. Для снижения цен могут быть предложены такие меры, как субсидирование авиаперелетов, оптимизация деятельности авиакомпаний, повышение эффективности работы аэропортов.

Следующий по значимости фактор – стоимость развлекательных услуг, однако поскольку его связь с y прямая, а не обратная, логично предположить, что цены зависят от спроса, а не спрос от цен. Это значит, что стоимость развлекательных услуг в России не имеет большого значения для иностранных туристов – вероятно, на фоне затрат на дорогу и проживание, а также из-за сравнительно большой стоимости зарубежных

Таблица 3. Параметры значимости модели развития экспортного туристского потенциала России

Характеристики уравнения множественной линейной регрессии						
Число наблюдений	Уровень значимости α	Коэффициент детерминации R^2	Критерий F	$F_{табл}$	Значимость F	Стандартная ошибка
83	0,05	0,89	57,65	1,88	0,00	0,57
Характеристики коэффициентов						
Фактор	Коэффициент	t -статистика	$t_{крит}$	Доверительный интервал		
				Нижние 95,0 %	Верхние 95,0 %	
x_1	0,49	2,153678822	1,99	0,036131016	0,935244692	
x_2	0,06	2,496753352		0,011499226	0,102593018	
x_3	0,28	2,299072828		0,03724267	0,523104291	
x_4	0,33	3,253311442		0,128130492	0,533613523	
x_5	-0,59	-3,549806111		-0,921113178	-0,258614087	
x_6	-0,57	-2,975772		-0,949392052	-0,1876739	
x_7	0,64	3,295661216		0,25474145	1,034681113	
x_8	0,70	2,526464747		0,14753597	1,2511267	
x_9	3,24	2,456381695		0,609861548	5,862353096	
x_{10}	0,06	3,475142823		0,027573334	0,101768119	

аналогов услуг развлечения на популярных туристических курортах. В этом случае развитию въездного туризма и увеличению доходов страны будут способствовать повышение уровня и качества предоставляемых развлекательных услуг и создание новых развлекательных объектов.

ВРП и эффективность функционирования предприятий регионов России, которые крайне неравномерно развиваются, свидетельствуют о состоянии местного рынка, о состоянии смежных с туризмом отраслей и о степени благоприятности условий ведения бизнеса. Повышение доступности капитала, упрощение получения разрешений на строительство, улучшение инвестиционного климата или иные меры, которые повысят данные показатели хотя бы на 1 %, приведут к росту величины иностранного туристского спроса на 3,24 %.

Технологический фактор x_{10} (активность использования специальных программных средств в организациях для предоставления доступа к базам данных через глобальные информационные сети, включая Интернет) влияет на формирование экспортного туристского потенциала России на 21 %. Туристические фирмы по всему миру в настоящее время осуществляют все операции по поиску и бронированию туров и отдельных туристских услуг (размещения, питания, транспорта и др.) через информационные базы. Российские предприятия туристической индустрии начали использовать информационные базы относительно недавно. Увеличение процента технологически оснащенных предприятий не только положительно скажется на развитии экспортного потенциала страны, но и вскоре станет необходимостью для поддержания конкурентных позиций России на мировом туристском рынке.

Услуги размещения являются важнейшей составляющей турпродукта, без них организация международных поездок невозможна, поэтому вполне логично, что этот величина влияния этого фактора на формирование экспортного туристского потенциала России составляет 14 %. За последнее время отечественный рынок гостиничных услуг значительно изменился и стабилизировался: получили активное развитие национальные гостиничные сети, улучшилось состояние материальной базы, появились новые предприятия размещения разных классов обслуживания (гостиницы, отели, хостелы), изменился имидж отелей и возрос уровень образования персонала, существенно выросла обеспеченность страны коллективными средствами размещения и их номерным фондом. Тем не менее, как подтверждают исследования, в большинстве городов России по-прежнему ощущается нехватка гостиниц с комфортными условиями и одновременно доступными ценами на проживание [16], а в нормативной базе, регулирующей гостиничную деятельность, отсутствует четкое определение основополагающих терминов [17; 18]. В связи с вышесказанным для наращивания экспортного туристского потенциала страны ответственным органам государственной власти рекомендуется усовершенствовать нормативную базу гостиничной индустрии и содействовать увеличению количества предприятий размещения, соответствующих мировым стандартам качества.

Некоторое влияние на уровень развития экспортного туристского потенциала России оказывает развитость туроператорской и турагентской сети x_8 (7 %). С одной стороны, этому может способствовать ценовая составляющая: согласно данным экспертов Федерального агентства по туризму РФ, пакетные туры по России на популярные направления обходятся значительно дешевле аналогичных путешествий при самостоятельном бронировании. Важной функцией туроператорских и турагентских компаний является информационная поддержка туристов [19], маркетинговое продвижение российских предложений за рубежом, так как недостаточная узнаваемость туристического бренда значительно сдерживает развитие выездного туризма [20]. В то же время, пользу туроператорам и турагентам может приносить недостаточная освоенность российскими предприятиями туристической индустрии систем онлайн-бронирования или других организационных сложностей, ввиду которых самостоятельное планирование путешествия для иностранных туристов затрудняется.

Несмотря на то, что страна располагает весьма богатым культурно-историческим и природно-рекреационным потенциалом, факторы x_2 и x_1 обеспечивают лишь 6 и 5 % въездного турпотока России соответственно. Негативное воздействие на уровень развития экспортного туристского потенциала могут оказывать климат России (низкие зимние температуры, короткий туристический сезон), труднодоступность и неразвитая инфраструктура отдельных природных или культурно-исторических достопримечательностей. Кроме того, ресурсная составляющая не может эффективно работать на привлечение туристов при отсутствии качественного менеджмента по их использованию [21], что также может служить причиной невысоких показателей.

Состояние транспортной инфраструктуры x_4 влияет на зависимый показатель в значительно меньшей степени по сравнению с инфраструктурой размещения (4 % против 14 %). Это можно объяснить следующим: транспортная инфраструктура, являясь основой не только туризма, но и многих других отраслей экономики, на определенном уровне развита во всех регионах страны – иначе в условиях огромной территории экономические связи между регионами были бы крайне затруднены. Существующего уровня хватает для обеспечения первичных потребностей туристов в перемещении, однако вопрос о качестве предоставляемых услуг остается открытым [22].

Среди вошедших в модель факторов наименьшая сила воздействия на туристский спрос у цены услуг связи x_6 , включенной в модель как пример стоимости общественных услуг, востребованных иностранными туристами. Цена услуг связи значительно ниже стоимости проживания, перелета и питания, но при этом является обязательной частью затрат большинства путешественников. Сохранение стоимости услуг сотовой связи на приемлемом уровне можно рассматривать как поддерживающую меру при развитии экспортного потенциала России в сфере туризма.

ВЫВОДЫ

На уровень развития экспортного потенциала туристской дестинации оказывают влияние природно-

рекреационные, географические, экологические, культурно-исторические, инфраструктурные, политико-управленческие, экономические, технологические, социальные, демографические, психологические и международные факторы. На основании проведенного корреляционно-регрессионного анализа данных российской статистики сделано заключение, что зависимость уровня экспортного туристского потенциала России от влияющих на него факторов описывается моделью множественной линейной регрессии. Наибольшее воздействие на величину экспортного потенциала России в сфере туризма оказывают экономические (в первую очередь ценовые), технологические, инфраструктурные факторы, в меньшей степени влияют природно-рекреационные, культурно-исторические и прочие факторы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Для наращивания экспортного потенциала страны в сфере туризма органам государственной власти необходимо предпринять меры для снижения стоимости авиабилетов, развития развлекательной инфраструктуры, улучшения условий ведения бизнеса в России. Следует обеспечить беспрепятственное внедрение современных технологий на туристский рынок, развитие гостиничной индустрии, сети национальных туроператоров и турагентов. Для того чтобы поддерживать текущий уровень экспортного туристского потенциала России, рекомендуется делать более доступными природно-рекреационные территории, обеспечивать достаточное финансирование объектов культурного наследия, развивать транспортную инфраструктуру, поддерживать стоимость услуг связи на приемлемом уровне.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Федотов А.Н. Экологический аспект развития местного туризма как фактор маркетинговой привлекательности региона // Логистические технологии в современных моделях экономического развития: материалы международной научно-практической конференции. Иркутск: Байкальский государственный университет, 2016. С. 60–66.
- Blanke J., Chies T. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013. Geneva: World Economic Forum, 2013. 485 p.
- International tourism receipts // The World Bank Group. URL: data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD.
- International tourism expenditures // The World Bank Group. URL: data.worldbank.org/indicator/ST.INT.XPND.MP.ZS.
- Ritchie J.R.B., Crouch G.I. The Competitive Destination: a Sustainable Tourism Perspective. Wallingford: CAB International, 2003. 290 p.
- Dwyer L., Mellor R., Livaic Z., Edwards D., Kim C. Attributes of destination competitiveness: a factor analysis // Tourism Analysis. 2004. Vol. 9. № 1-2. P. 91–101.
- Кирьянова Л.Г. Модель конкурентоспособности туристской дестинации // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. 2011. № 2-1. С. 94–103.
- Crotti R., Misrahi T. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. Geneva: World Economic Forum, 2017. 370 p.
- Рубцова Н.В. Основные подходы к оценке результативности туризма и проблема их использования в условиях российской практики на региональном уровне // Актуальные вопросы современной сферы услуг: сборник научных трудов. Иркутск: БГУЭП, 2012. С. 91–97.
- Otrashenko V., Bosello F. Fishing for answers? Impact of marine ecosystem quality on coastal tourism demand // Tourism Economics. 2016. Vol. 23. № 5. P. 963–980.
- Lelwala E.I., Gunarante L.H.P. Modelling tourism demand using cointegration analysis: a case study for tourists arriving from United Kingdom to Sri Lanka // Tropical Agricultural Research. 2008. Vol. 20. P. 50–59.
- Показатели единой межведомственной информационно-статистической системы // ЕМИСС государственная статистика. URL: fedstat.ru/indicators.
- Регионы России. Социально-экономические показатели // Федеральная служба государственной статистики. URL: gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156.
- Каменева В.В., Антонова А.Н. Транспортная составляющая инфраструктуры туризма // Региональная экономика: теория и практика. 2011. № 8. С. 33–37.
- Шелег Е.А. Анализ проблем рынка авиаперевозок России (2017–2018) // Бизнес-технологии в туризме и гостеприимстве: сборник статей и тезисов научных докладов студентов и аспирантов по итогам научно-практической конференции. Черкизово: РГУТиС, 2018. С. 326–336.
- Молчанова Т.К., Бабич В.А., Яшалова Н.Н., Рубан Д.А. Оптимальность соотношения стоимости и качества гостиничных услуг в малых городах: анализ положения в России и Германии // Вестник УРФУ. Серия Экономика и управление. 2018. Т. 17. № 5. С. 772–797.
- Даниленко Н.Н., Суранова О.А. Рынок гостиничных услуг в России: необходимость и возможность развития альтернативных средств размещения // Baikal Research Journal. 2017. Т. 8. № 2. С. 20–33.
- Арсений Р.М. Проблемы перехода к обязательной классификации гостиниц в России // Сервис в России и за рубежом. 2018. Т. 12. № 4. С. 75–83.
- Федотов А.Н., Погорельцова И.А. Характеристика продажи туристического продукта при въездном туризме // Логистика в условиях экономической турбулентности: материалы международной научно-практической конференции. Иркутск: Байкальский государственный университет, 2017. С. 174–178.
- Цвигун И.В., Васильев А.Ю. Проблемы и перспективы развития экологического туризма в России // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2013. № 6. С. 9–14.
- Рубцова Н.В. Факторы эффективности функционирования сферы туристско-рекреационных услуг региона: теоретические и прикладные аспекты // Вестник Забайкальского государственного университета. 2018. Т. 24. № 6. С. 129–138.
- Корсаков В.В. Проблемы применения эффективных механизмов повышения качества транспортных услуг // Социальные науки. 2017. № 4. С. 32–38.

REFERENCES

1. Fedotov A.N. The environmental aspect of the development of local tourism as a factor in the marketing appeal of the region. *Logisticheskie tekhnologii v sovremennykh modelyakh ekonomicheskogo razvitiya: materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*. Irkutsk, Baykalskiy gosudarstvennyy universitet Publ., 2016, pp. 60–66.
2. Blanke J., Chies T. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013*. Geneva, World Economic Forum Publ., 2013. 485 p.
3. International tourism receipts. *The World Bank Group*. URL: data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD.
4. International tourism expenditures. *The World Bank Group*. URL: data.worldbank.org/indicator/ST.INT.XPND.MP.ZS.
5. Ritchie J.R.B., Crouch G.I. *The Competitive Destination: a Sustainable Tourism Perspective*. Wallingford, CABI Publ., 2003. 290 p.
6. Dwyer L., Mellor R., Livaic Z., Edwards D., Kim C. Attributes of destination competitiveness: a factor analysis. *Tourism Analysis*, 2004, vol. 9, no. 1-2, pp. 91–101.
7. Kiryanova L.G. Destination competitiveness model. *Izvestiya Tulsogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomicheskie i yuridicheskie nauki*, 2011, no. 2-1, pp. 94–103.
8. Crotti R., Misrahi T. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017*. Geneva, World Economic Forum Publ., 2017. 370 p.
9. Rubtsova N.V. Approaches to the assessment of the tourism effectiveness and the problem of their use in the russian practice (regional level). *Aktualnye voprosy sovremennoy sfery uslug: sbornik nauchnykh trudov*. Irkutsk, BGUEP Publ., 2012, pp. 91–97.
10. Otrashenko V., Bosello F. Fishing for answers? Impact of marine ecosystem quality on coastal tourism demand. *Tourism Economics*, 2016, vol. 23, no. 5, pp. 963–980.
11. Lelwala E.I., Gunarante L.H.P. Modelling tourism demand using cointegration analysis: a case study for tourists arriving from United Kindom to Sri Lanka. *Tropical Agricultural Research*, 2008, vol. 20, pp. 50–59.
12. Indicators of a single interdepartmental information and statistical system. *EMISS gosudarstvennaya statistika*. URL: fedstat.ru/indicators.
13. Regions of Russia. Socio-economic indicators. *Federalnaya sluzhba gosudarstvennoy statistiki*. URL: gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156.
14. Kameneva V.V., Antonova A.N. Transport component in the infrastructure of tourism. *Regionalnaya ekonomika: teoriya i praktika*, 2011, no. 8, pp. 33–37.
15. Sheleg E.A. Analysis of the problems of the Russian air transportation market (2017–2018). *Biznes-tekhnologii v turizme i gostepriimstve: sbornik statey i tezisov nauchnykh dokladov studentov i aspirantov po itogam nauchno-prakticheskoy konferentsii*. Cherkizovo, RGUTiS Publ., 2018, pp. 326–336.
16. Molchanova T.K., Babich V.A., Yashalova N.N., Ruban D.A. Optimality of relationship of cost and quality of hotel services in small towns: analysis of the situation in Russia and Germany. *Vestnik URFU. Seriya Ekonomika i upravlenie*, 2018, vol. 17, no. 5, pp. 772–797.
17. Danilenko N.N., Suranova O.A. Market of Russia's hotel services: need and possibility of developing alternative accommodation facilities. *Baikal Research Journal*, 2017, vol. 8, no. 2, pp. 20–33.
18. Arseniy R.M. Problems of transition to the mandatory classification of hotels in Russia. *Servis v Rossii i za rubezhom*, 2018, vol. 12, no. 4, pp. 75–83.
19. Fedotov A.N., Pogoreltsova I.A. Characteristics of the sales of tourism product in the inbound tourism. *Logistika v usloviyakh ekonomicheskoy turbulentnosti: materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*. Irkutsk, Baykalskiy gosudarstvennyy universitet Publ., 2017, pp. 174–178.
20. Tsvigun I.V., Vasilev A.Yu. Problems and prospects of development of eco-tourism in Russia. *Izvestiya Irkutskoy gosudarstvennoy ekonomicheskoy akademii*, 2013, no. 6, pp. 9–14.
21. Rubtsova N.V. Factors of the effectiveness of tourist and recreational services area of the region: theoretical and applied aspects. *Vestnik Zabaykalskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2018, vol. 24, no. 6, pp. 129–138.
22. Korsakov V.V. Problems of application of efficient mechanisms of improving the quality of transport services. *Sotsialnye nauki*, 2017, no. 4, pp. 32–38.

**FACTORS AND DIRECTIONS OF THE RUSSIAN EXPORT
TOURISM POTENTIAL DEVELOPMENT**

© 2019

A.O. Borisova, postgraduate student of Chair of World Economy and Economic Security
Baikal State University, Irkutsk (Russia)

Keywords: international tourism; inbound tourism; tourism export; export potential; tourist potential; tourism modeling; tourism development factors; tourism in Russia.

Abstract: Currently, according to UNWTO, the international tourism market is one of the largest and dynamically developing world service markets. Russia is an active participant in the international tourism market. Nevertheless, having significant export potential in the sphere of tourism, it is mainly an importer of tourist services on the global stage and, thus, it loses the economic profit from the participation in the international tourist exchange.

The study is aimed at the identification of possible ways of development of export potential in Russia in the sphere of tourism. The author carried out the complex analysis of factors of international tourism development and their classification, taking into account foreign and Russian experience of study, and identified the factors influencing export tourist potential of the destination. A multifactorial economic and mathematical model is proposed, which characterizes the power of influence of the most significant factors on the level of Russian export tourist potential development. The author analyzed the results of modeling; identified the power of influence of each factor included in the model on the studied indicator; made the conclusions on the significance of economic, infrastructural, technological, nature-recreational, and cultural-historical factors on the example of certain indicators; proved and explained the influence of each of them. In the conclusion, the author proposed the actions aimed at the increase of export tourist potential of Russia through the reduction of the price for tickets of Russian airlines, the development of recreation and accommodation infrastructures, and the improvement of conditions of doing business in the country.