

Для цитирования: Экономика региона. — 2016. — Т. 12, Вып. 1. — С. 240-250  
doi 10.17059/2016-1-18  
УДК 338.48  
JEL Classification: L83; C43

С. Бухер

Университет Павла Йозефа Шафарика (Кошице, Словакия)

## КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РОССИИ НА ГЛОБАЛЬНОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ<sup>1</sup>

*В настоящее время сфера туризма является одним из наиболее динамично развивающихся секторов мировой экономики, который составляет значительную часть доходов многих стран. Туризм все в большей степени вовлекается в глобальные экономические и политические процессы в качестве непосредственного участника, определяет новые тенденции в моде и стиль жизни, влияет на местную и региональную самобытность отдельных государств. Целью статьи являются идентификация и оценка вторичных данных Всемирного экономического форума, опубликованных в «Отчете о конкурентоспособности секторов путешествий и туризма». В отчете подробно указываются слабые и сильные стороны отдельных стран на международном туристическом рынке. Замысел анализа заключается в более узкой спецификации показателей конкурентоспособности, которые складываются из составных индексов: I — нормативно-правовая база; II — деловая среда и инфраструктура; III — человеческие, культурные и природные ресурсы для Российской Федерации и некоторых государств постсоветского геополитического пространства. Цель настоящей статьи состоит в определении на основе 14 факторов индекса конкурентоспособности России за 2007–2015 гг. Основой конкурентного преимущества туристического направления являются первичное предложение (туристическая привлекательность) и вторичное предложение (туристическая инфраструктура и качество ее услуг). Данный анализ служит и для оценки основных факторов, которые самым существенным образом влияют на диспаритеты в конкурентоспособности Российской Федерации. В связи с высоким уровнем конкуренции на международном рынке туризма России необходимо постоянно отслеживать новые тенденции в области туризма, а также их последующее внедрение в соответствии с пожеланиями клиентов и в связи со специфическими значениями индекса конкурентоспособности.*

**Ключевые слова:** конкурентоспособность туризма, туризм в Российской Федерации, нормативно-правовая база, индекс конкурентоспособности туризма, инфраструктура туризма, человеческие ресурсы, культурные ресурсы, природные ресурсы

### 1. Постановка проблемы

Цель статьи — идентификация и оценка вторичных данных Всемирного экономического форума, которые опубликованы в «Отчете о конкурентоспособности секторов путешествий и туризма» (Travel and Tourism Competitiveness Report) [1–3]. В отчете подробно указываются слабые и сильные стороны отдельных стран на международном туристическом рынке. Замысел анализа заключается в более узкой спецификации показателей конкурентоспособности Российской Федерации и некоторых государств постсоветского геополитического пространства, которые складываются из следующих составных индексов: I — нормативно-правовая база; II — деловая среда и ин-

фраструктура; III — человеческие, культурные и природные ресурсы (табл. 1).

В оценках Всемирной туристской организации (ЮНВТО — UNWTO) принято географическое деление мира на укрупненные регионы и субрегионы. В соответствии с данной классификацией Российская Федерация относится к группе стран Центральной и Восточной Европы, куда также входит большинство стран СНГ, Чехия, Венгрия, Польша, Болгария, Словакия и Румыния.

Принимая во внимание указанные факты, для нашего анализа мы выбрали следующие составные индексы за все годы исследования (2007–2015 гг.), которые мы обработали методом среднего арифметического [4, 5]:

I. Нормативно-правовая база — включает в себя такие показатели, как политические правила и нормативы, постоянная забота об окружающей среде, безопасность и благонадеж-

<sup>1</sup> © Бухер С. Текст. 2016.

Таблица 1

## Индекс конкурентоспособности — описание конкретных показателей

Индекс	Показатели
<i>I. Нормативно-правовая база</i>	
Политические правила и нормативы	уровень прямых иностранных инвестиций; время и затраты, необходимые для получения лицензии на предпринимательскую деятельность; возможность получения визы; открытость двусторонних договоров
Постоянная забота об окружающей среде	соблюдение законодательства в области охраны окружающей среды; объем действительно выполненных мероприятий по ее охране; эмиссия углекислого газа; опасные выбросы в природную среду
Безопасность и благонадежность	уровень преступности, насилия, терроризма; наличие дорожно-транспортных происшествий в стране
Здравоохранение и гигиена	защита здоровья в случае использования медицинских услуг, количество врачей и больничных коек
Приоритетность сектора туризма для государства	финансовая поддержка проектов
<i>II. Деловая среда и инфраструктура</i>	
Инфраструктура воздушного транспорта	количество пассажирских кресел; километры налёта; количество отлетов и прилетов; аэропорты; плотность и количество мест обслуживания авиакомпаний; количество внутренних и международных рейсов
Инфраструктура наземного транспорта	качество автомобильных дорог, железных дорог и портов; количество национальных транспортных сетей, обеспечивающих доступ к целевым точкам туристических направлений
Туристическая инфраструктура	количество гостиниц; количество номеров; количество автомобилей, взятых напрокат
Информационные и коммуникационные технологии	количество банкоматов; количество организаций, которые используют интернет в сфере бизнеса; количество компаний, предоставляющих интернет
Ценовая конкурентоспособность туризма	цена авиабилетов; сборы в аэропортах; налоги; цены горюче-смазочных материалов; цены на услуги по временному проживанию
<i>III. Человеческие, культурные и природные ресурсы</i>	
Человеческие ресурсы	образование и профессиональная подготовка; меры по обеспечению качества системы образования; вовлечение частного сектора в процессы повышения квалификации работников; доступность квалифицированной рабочей силы; наем и увольнение работников
Привлекательность сферы туризма	отношение местного населения к туристам; открытость экономики (доходы от туризма, расходы на туризм по отношению к ВВП, %); количество природных достопримечательностей, природное наследие, включенное в списки ЮНЕСКО
Природные ресурсы	богатство флоры и фауны
Культурные ресурсы	количество культурных памятников в государстве

Источник: [6, 7].

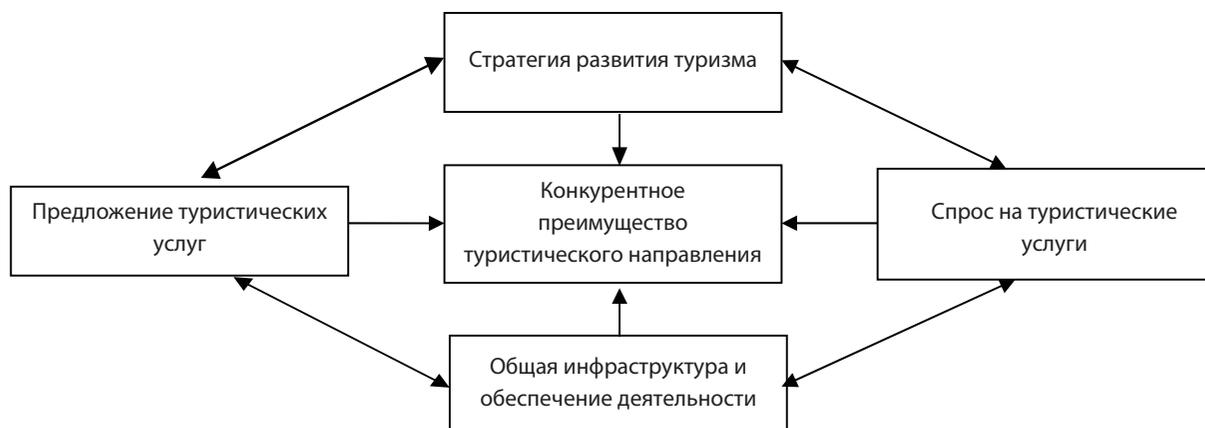


Рис. 1. Бриллиант конкуренции применительно к туризму

ность, здравоохранение и гигиена, приоритетность сектора туризма для государства.

II. Деловая среда и инфраструктура — состоит из таких показателей, как инфраструктура воздушного транспорта, инфраструктура наземного транспорта, туристическая инфраструктура, информационные и коммуникационные технологии и ценовая конкурентоспособность туризма.

III. Человеческие, культурные и природные ресурсы — включает показатели, отражающие человеческие ресурсы, привлекательность сферы туризма, природные ресурсы и культурные ресурсы.

Нашей задачей было проанализировать конкурентоспособность туризма в России с начала кризисного состояния мировой экономики, которое резко обозначившееся с 2008 г. и не преодоленное до настоящего времени.

Разнообразие туристских ресурсов России позволяет развивать множество видов въездного и внутреннего туризма: культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, спортивный, горнолыжный, деловой, круизный, экологический, сельский, рыболовный и охотничий.

М. Портер (1998) [2] выделил четыре основных фактора, определяющих конкуренцию в данной отрасли, и предложил так называемый бриллиант конкуренции. После определенной модификации эту теорию можно применить и к сфере туризма (рис. 1). Основой конкурентного преимущества туристического направления является первичное предложение (туристическая привлекательность) и вторичное предложение (туристическая инфраструктура и качество ее услуг). В результате их комбинации возникает туристический продукт, носителем которого являются как частный, так и государственный сектор.

## 2. Методология исследования

Измерение конкурентоспособности туризма осуществляет Всемирный экономический форум в Женеве [8–11], который ежегодно публикует «Отчет о конкурентоспособности секторов путешествий и туризма». Модель основана на теоретической базе, которая более подробно изложена в исследовании Гоороохурна и Сугиярта (Gooroochurn, Sugiyarto, 2005) [12]. Индекс конкурентоспособности в сфере туризма (*Travel & Tourism Competitiveness Index — TTCI*) состоит из четырнадцати так называемых критериев конкурентоспособности (табл. 1).

Все четырнадцать критериев разделены на три агрегированных категории, на основе которых затем рассчитываются три составных индекса: I — нормативно-правовая база, то есть элементы, связанные с политикой и правительством; II — деловая среда; III — человеческие, культурные и природные ресурсы.

В самой многочисленной категории представлены показатели, определяющие основные экономические отношения туристического направления. Спецификой данной модели является группа показателей, которые непосредственно не связаны с количественными данными, полученными из различных опубликованных открытых источников [13–17]. Ценные сведения о социальном, культурном и экономическом развитии туристического направления обеспечены качественными исследованиями посредством проведения анкетирования и анализом точек зрения ведущих бизнес-субъектов, работающих в туристической отрасли.

С методологической точки зрения процесс построения этой модели можно определить при помощи трех основных шагов [18–21]:

— сначала необходимо установить конкретные процедуры и методы при отборе со-

ответствующих показателей, которые будут формировать обобщенную модель четырнадцати основных критериев индекса конкурентоспособности;

— качественные показатели оцениваем с помощью равномерной шкалы от 1 (самое низкое качество) до 7 (самое высокое качество), а количественные показатели с целью унификации сравнения нормализуем в соответствии со следующей формулой:

$$I_K = 6 \left( \frac{X_i - X_{\min}}{X_{\max} - X_{\min}} \right) + 1;$$

— на последнем шаге при помощи арифметического усреднения нормализованных количественных показателей и упорядоченных в соответствии с равномерной шкалой качественных показателей определяем средний рейтинг для каждого из четырнадцати критериев, составляющих индекс конкурентоспособности, а также получаем средние значения для трех составных индексов: а) нормативно-правовая база, то есть элементы, связанные с политикой и правительством; б) деловая среда и инфраструктура; в) человеческие, культурные и природные ресурсы. На основе полученных результирующих значений упорядочим страны (направления) в соответствии с полученным рейтингом.

### 3. Основные результаты исследования. Оценка индекса конкурентоспособности России в сфере туризма

В контексте нормативно-правовой базы политические правила и нормативы оценивались, например, такими показателями, как внедрение эффективной налоговой политики, затраты, необходимые для получения лицензии на предпринимательскую деятельность, уровень получения прямых иностранных инвестиций или координация туризма в общественном секторе при разработке правовых норм, касающихся этого сегмента предпринимательской деятельности в широком контексте. Самого лучшего результата Россия добилась в 2015 г., когда заняла 109-е место из 141 оцениваемого государства.

Под постоянной заботой об окружающей среде понимаются различные законы и правовые нормы в области охраны окружающей среды, а также масштаб мероприятий, обеспечивающих охрану жизненного пространства. С точки зрения охраны жизненного пространства необходимо обеспечить постоянную устойчивость развития туризма, которая осно-

вывается на партнерстве между государственным сектором и предпринимательской сферой. Самое высокое место в рамках постоянной заботы об окружающей среде Российская Федерация заняла в 2011 г., когда была на 98-м месте из 139 оцениваемых государств.

Безопасными и благонадежными для туризма являются только те места, нет военных конфликтов и не происходит гражданских волнений. По этому показателю Россия самое высокое место заняла в 2007 г., когда ей принадлежало 99-е место из 124 оцениваемых государств.

Здравоохранение и гигиена входят в число основных показателей конкурентоспособности в сфере туризма. Важна также и защита здоровья туристов в случае оказания им медицинских услуг, оснащенность и доступность больниц и аптек. По этому показателю Россия достигла лучших результатов в 2015 г., когда заняла высокое 6-е место среди 141 страны, принявшей участие в исследовании.

Последний показатель в рамках нормативно-правовой базы представляет приоритетность сферы туризма. Она может реализовываться в различных проектах, делающих возможным осуществление других мероприятий в области инфраструктуры, услуг и образования в сфере туризма, реализованных государственным или частным сектором. Самый высокий результат в рамках приоритетности сферы туризма Россия достигла в 2009 г., когда заняла 75-ю позицию из 133 анализируемых стран.

Следующим оцененным индексом был составной индекс деловой среды и инфраструктуры, который состоит из набора пяти показателей. Качественная инфраструктура воздушного транспорта обеспечивает перемещение туристов между пунктами отправления и назначения туристических направлений. Показатель рассчитывается на основе анализа количества пассажирских кресел, километров налета, количества отправок и прибытий, аэропортов, плотности и количества мест обслуживания авиакомпаний, а также количества внутренних и международных рейсов. Самый лучший результат в рамках инфраструктуры воздушного транспорта Россия получила в 2007 году, когда заняла 21-е место из 124 оцениваемых государств (см. табл. 2).

Основной частью инфраструктуры Российской Федерации является наземная инфраструктура, поэтому очень важно ее качество. Речь идет в основном о качестве автомобильных дорог, железных дорог и портов, а также о территориальном расположении националь-

## Значение и рейтинг факторов конкурентоспособности туризма в Российской Федерации за 2007–2015 гг.

Показатель	2007		2009		2011		2013		2015	
	Место в рейтинге	Значение индекса								
<i>I. Нормативно-правовая база</i>	100	3,64	79	4,35	73	4,49	92	4,24	81	4,53
Политические правила и нормативы	124	2,71	114	3,52	126	3,57	123	3,75	109	3,98
Забота об окружающей среде	113	2,96	114	3,93	98	4,18	134	3,55	106	3,70
Безопасность и благонадежность	99	3,66	129	3,45	113	4,01	113	3,87	126	3,95
Здравоохранение и гигиена	<b>31</b>	5,73	<b>10</b>	6,65	<b>11</b>	6,62	<b>14</b>	6,40	<b>6</b>	6,69
Приоритетность сферы туризма	99	3,13	75	4,17	102	4,04	111	3,63	90	4,33
<i>II. Деловая среда и инфраструктура</i>	49	3,75	61	3,70	53	4,07	46	4,22	49	4,40
Инфраструктура воздушного транспорта	<b>21</b>	4,23	<b>30</b>	4,37	<b>30</b>	4,32	<b>33</b>	4,33	<b>22</b>	4,42
Инфраструктура наземного транспорта	65	3,52	81	3,17	95	3,09	93	3,13	92	3,09
Инфраструктура туризма	58	3,17	60	3,51	45	4,57	40	4,93	54	4,65
Информационные и коммуникационные технологии	51	3,01	50	3,39	46	3,87	<b>37</b>	4,16	46	4,83
Ценовая конкурентоспособность туризма	<b>39</b>	4,84	108	4,05	75	4,48	72	4,54	41	4,99
<i>III. Человеческие, культурные и природные ресурсы</i>	65	4,71	38	4,37	45	4,15	58	4,02	58	3,60
Человеческие ресурсы	70	5,05	88	4,94	78	4,78	92	4,64	38	4,83
Привлекательность сферы туризма	104	4,34	123	4,14	136	3,65	138	3,66	99	2,48
Природные ресурсы	41	4,74	<b>23</b>	4,58	<b>27</b>	4,44	<b>37</b>	4,31	34	3,77
Культурные ресурсы	41	4,74	<b>30</b>	3,92	35	3,72	39	3,49	<b>21</b>	3,32
Общий индекс конкурентоспособности в сфере туризма	68	4,03	59	4,14	59	4,23	63	4,16	45	4,08

Источник: рассчитано автором.

ных транспортных коммуникаций, обеспечивающих доступ к главным туристическим центрам. Самое высокое место Россия получила в 2007 г., когда стала 65-й из 124 оцениваемых государств.

Третьим по порядку является показатель, ориентированный в основном на туристическую инфраструктуру, которая связана с гостиничной сетью, прокатом автомобилей, организацией питания и спортивно-оздоровительными центрами. По этому показателю Россия самое высокое место заняла в 2013 г., когда была 40-й из 140 оцениваемых государств.

Учитывая возрастающее значение информационных и коммуникационных технологий в туризме, мы попытались оценить качество предлагаемых услуг, связанных с использованием интернета для приобретения электронных билетов, бронирования и оплаты

проживания в гостиницах. В рамках информационных и коммуникационных технологий в туризме самое высокое место Российская Федерация заняла в 2013 г., когда была 37-й из 140 оцениваемых стран.

Следующим показателем в группе составного индекса деловой среды и инфраструктуры является ценовая конкурентоспособность туризма. Мы сравнивали такие показатели, как, например, цены авиабилетов, сборы аэропортов, налоги, цены горюче-смазочных материалов и цены проживания в гостиницах. Самый высокий результат у России был в 2007 г., когда она заняла 39-е место из 124 оцениваемых государств (табл. 2).

Последним составным индексом является индекс человеческих, культурных и природных ресурсов, основу которого составляют четыре показателя.



**Рис. 2.** Сравнение иностранных доходов и количества приезжающих в международном туризме Российской Федерации

Качество человеческих ресурсов в экономике гарантирует, что вторичный и третичный секторы экономики имеют достаточное количество рабочей силы для своего роста и развития. Указанный индикатор дополнительно специфицирует объединенные с практикой образование и профессиональную подготовку, а также меры по обеспечению качества системы образования. Лучших результатов в рамках человеческих ресурсов Россия добилась в 2015 г., когда заняла 38-е место из 141 оцениваемого государства (табл. 2).

Вторым показателем составного индекса является привлекательность сферы туризма, под которой понимается открытость страны и ее экономики для иностранных туристов. Ключевыми показателями в этом случае являются доходы от туризма и затраты на туризм по отношению к ВВП в %. По этому показателю Россия самое высокое место заняла в 2015 г., то есть 99-е место из 141 оцениваемого государства.

Последние два показателя индекса человеческих, культурных и природных ресурсов можно идентифицировать с местными факторами и предпосылками для туризма. Речь идет о природных ресурсах и предпосылках, которые являются основополагающими факторами для создания и начальной стадии формирования рекреационных процессов и рекреационных территориальных систем. По этому показателю Россия заняла самое высокое место в 2009 г., когда ей принадлежало 23-е место из 130 оцениваемых стран.

Культурные ресурсы представляют собой вторую составляющую комплекса местных це-

лей туризма. Культурно-исторические цели можно разделить на три основные подгруппы: культурно-исторические памятники; культурные учреждения и культурные мероприятия; спортивные соревнования. В этом показателе Россия наивысшего результата добилась в 2015 г., когда ей принадлежало 21-е место из 141 оцениваемой страны (табл. 2).

На рисунке 2 мы на примере количества приехавших (тысяч) и иностранных доходов (млн долл. США) показали рост интенсивности значимости туризма в России за 1996–2012 гг. Когда мы работали с европейскими данными, некоторые данные были получены из баз данных Мирового банка (The World Bank), в связи с чем возможны некоторые отклонения при сравнении полученных результатов с официальными данными внутригосударственной статистики. В соответствии с данной диаграммой можно наблюдать рост размеров доходов от туризма и рост количества приезжающих туристов за период с 1996 г. по 2012 г.

Путем сравнения значений отдельных факторов индекса конкурентоспособности (рис. 3) мы выяснили самые большие различия между Российской Федерацией и Королевством Испания (мировым лидером конкурентоспособности туризма) в инфраструктуре наземного транспорта, культурных ресурсах, охране окружающей среды и безопасности.

В таблице 3 показана десятка стран с самым высоким рейтингом по индексу конкурентоспособности за 2015 г. В первую десятку входит шесть государств с Европейского континента, что подтверждает тот факт, что Европа

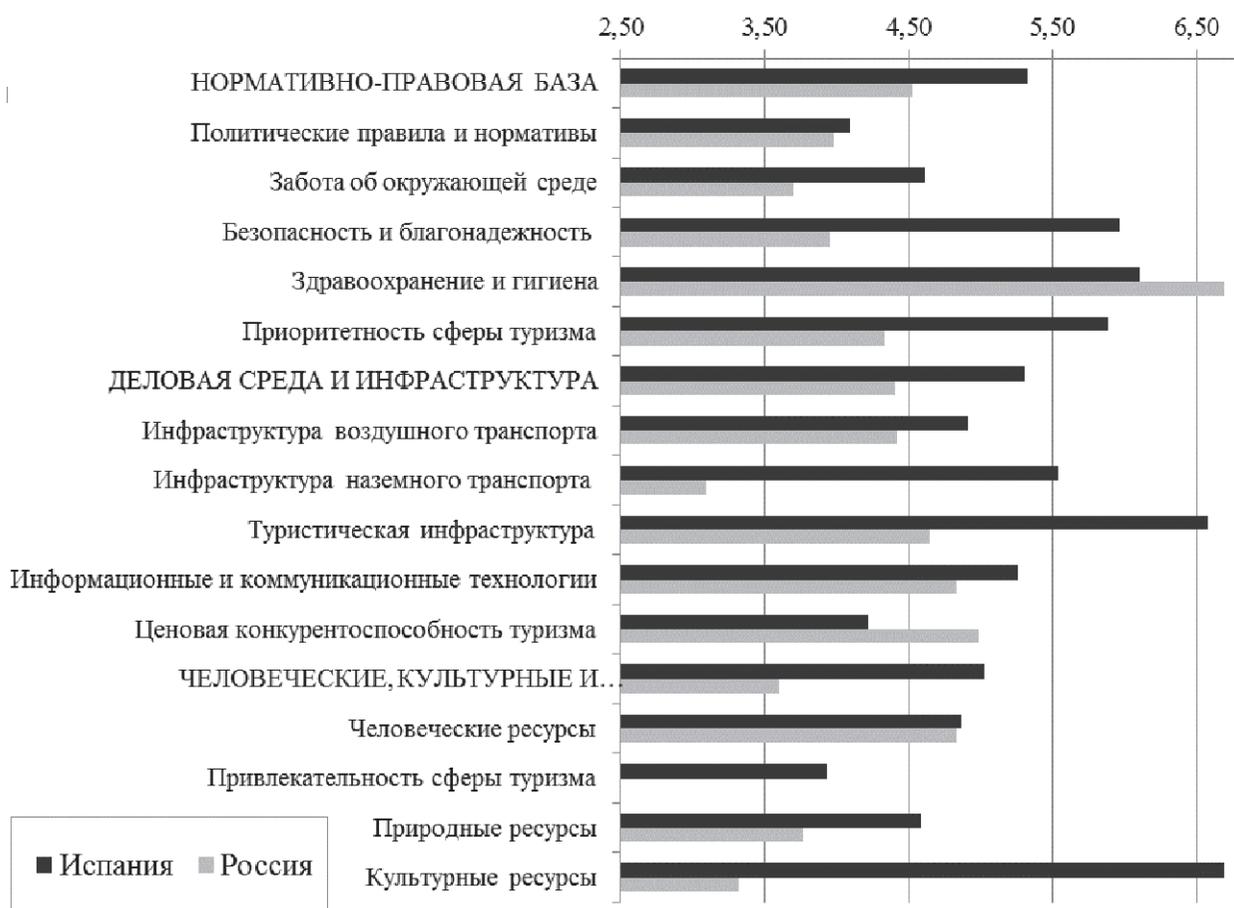


Рис. 3. Сравнение факторов индекса конкурентоспособности туризма Испании (мировой лидер) и Российской Федерации за 2015 г.

представляет собой значительное туристическое направление на глобальном туристическом рынке.

В таблице 4 мы попытались проанализировать изменения общего индекса конкурентоспособности туризма за 2015 г.

Таблица 3  
Десять первых стран в мировом рейтинге по индексу конкурентоспособности туризма за 2015 г.

Страна	Место среди 141 стран	Общий индекс конкурентоспособности
Испания	1	5,31
Франция	2	5,24
Германия	3	5,22
Соединенные Штаты Америки	4	5,12
Великобритания	5	5,12
Швейцария	6	4,99
Австралия	7	4,98
Италия	8	4,98
Япония	9	4,94
Канада	10	4,92
Россия	45	4,08

Источник: рассчитано автором.

тоспособности туризма государств постсоветского геополитического пространства за 2007–2015 гг. Россия по значению общего индекса конкурентоспособности туризма доминирует на постсоветском пространстве. Ее позиция в мировом рейтинге значительно улучшилась: если в 2007 г. она была на 68-м месте, то в 2015 г. ей принадлежало уже 45-е место. В рамках региона лучшее место заняла только Эстония (38-е место).

«Разнообразие стран, попавших в первую тридчатку рейтинга, показывает: не обязательно быть процветающей экономикой, чтобы привлекать туристов. Но многие страны должны обращать больше внимания на открытость визовой политики, продвижения своего культурного наследия, развитие мобильной связи и интернета. Рост туризма будет развивать экономику и создавать рабочие места», — прокомментировал рейтинг экономист Всемирного экономического форума Роберто Кротти [7].

К сегодняшнему моменту проделана большая работа в сфере развития туризма. Стали доступными для туристов такие перспективные районы, как Дальний Восток, Сахалин, Курильские

Таблица 4

## Изменение общего индекса конкурентоспособности туризма в некоторых постсоветских государствах

Индекс конкурентоспособности туризма		2007	2008	2009	2011	2013	2015
Россия	Место в мировом рейтинге	68/124	64/130	59/133	59/139	63/140	45/141
	Значение индекса	4,03	4,04	4,14	4,23	4,16	4,08
Эстония	Место в мировом рейтинге	28	26	27	25	30	38
	Значение индекса	4,90	4,85	4,83	4,88	4,82	4,22
Латвия	Место в мировом рейтинге	53	45	48	51	48	53
	Значение индекса	4,31	4,34	4,31	4,36	4,43	4,01
Литва	Место в мировом рейтинге	51	47	49	55	49	59
	Значение индекса	4,34	4,33	4,30	4,34	4,39	3,88
Украина	Место в мировом рейтинге	78	77	77	85	76	—
	Значение индекса	3,89	3,76	3,84	3,83	3,98	—
Молдавия	Место в мировом рейтинге	95	98	93	99	102	111
	Значение индекса	3,65	3,56	3,64	3,60	3,60	3,16
Грузия	Место в мировом рейтинге	66	72	73	73	66	71
	Значение индекса	4,13	3,83	3,89	3,98	4,10	3,68
Армения	Место в мировом рейтинге	74	89	91	90	79	89
	Значение индекса	3,93	3,63	3,65	3,77	3,96	3,42
Азербайджан	Место в мировом рейтинге	75	79	76	83	78	84
	Значение индекса	3,92	3,72	3,84	3,85	3,97	3,48
Казахстан	Место в мировом рейтинге	82	91	92	93	88	85
	Значение индекса	3,81	3,61	3,65	3,70	3,82	3,48
Киргизия	Место в мировом рейтинге	102	113	106	107	111	116
	Значение индекса	3,54	3,30	3,45	3,45	3,45	3,08
Таджикистан	Место в мировом рейтинге	110	114	109	118	114	119
	Значение индекса	3,46	3,24	3,41	3,34	3,41	3,03
Узбекистан	Место в мировом рейтинге	—	90	—	—	—	—
	Значение индекса	—	3,62	—	—	—	—

Источник: рассчитано автором.

острова, Урал, Север России, а также Нижний Новгород, Самара и другие территории, закрытые ранее для иностранных граждан. Регулярно проводятся международные отраслевые выставки, форумы по различным перспективным для России видам туризма, созданы профессиональные образовательные стандарты, идет работа по формированию положительного имиджа страны как туристского направления. Серьезная работа проделана для организации проведения Зимних Олимпийских игр в Сочи в 2014 г. Таким образом, можно сказать, что сфера туризма в последние годы развивается стабильными темпами. На сегодняшний момент стоит задача не только сохранить достигнутые результаты, но и усовершенствовать качественные стороны организации внутренних и въездных туристских программ, создать условия для максимизации положительного социального эффекта от развития туризма в стране.

#### 4. Заключение

Рывок вверх сразу на 18 мест совершила Россия в рейтинге конкурентоспособности в

сфере туризма Давосского Всемирного экономического форума. В 2015 г. Россия заняла 45-ю позицию. Рейтинг публикуется раз в два года, 141 страна мира в нем оценивается по 14 позициям, связанным с приемом туристов. Россия с 2009 г. по 2013 г. опустилась на четыре строчки и занимала в рейтинге 63-е место. Теперь же она резко поднялась. Соседями России в списке туристической конкурентоспособности стали Турция и Барбадос. Они соответственно на 44-м и 46-м местах. Среди стран бывшего СССР самая высокая позиция у Эстонии — 38-е место.

Исходя из изложенного анализа, мы можем сделать вывод, что Россия может увеличить свою конкурентоспособность на мировом рынке туризма, если в рамках нормативно-правовой базы улучшит и повысит качество условий, касающихся устойчивости окружающей среды и безопасности участников туристической деятельности. Развитие туризма возможно только в определенных границах, которые предотвратят разрушение природного и культурного наследия. Окружающая среда мо-

жет быть не только угрозой, но и возможностью для развития туризма. Ухудшающееся качество окружающей среды в промышленно развитых и урбанизированных территориях заставляет людей проводить свободное время за их пределами, то есть в зонах отдыха. Территориальное планирование также может кардинально снизить негативное влияние туризма на окружающую среду, особенно тогда, когда туризм удается избавить от массовости, противоположностью которой является экотуризм.

Недостатки в сфере туризма Российской Федерации вызывают также недоверие иностранных туристов к обеспечению безопасности и охраны здоровья. Значительное влияние на конкурентные преимущества туристического направления оказывают общая инфраструктура и обеспечивающие мероприятия. Особую роль в этом играют транспорт, безопасность туристов, общественно полезные услуги (чистота общественных помещений, уличное освещение, зеленые насаждения).

На повышение конкурентоспособности России в сфере туризма окажет значительное влияние продолжающаяся либерализация макроэкономической среды, которая в настоящее время недостаточна для развития туризма, особенно в областях транспортной инфраструктуры и деловой среды. Либерализация визового режима со странами Европейского союза была бы, безусловно, полезна с точки зрения развития предпринимательства в сфере туризма.

Факторы предложения «природный потенциал» и «красота ландшафтов» являются важными элементами конкурентоспособности России. Добавленную стоимость в туристической деятельности создает вторичное предло-

жение, где есть резервы в основном с точки зрения соотношения цены и качества предоставляемых услуг: цены высоки для предлагаемого качества и при существующей конкуренции.

Особую роль в повышении конкурентоспособности России играет в настоящее время развитие внутреннего туризма. Развивать внутренний туризм нужно через включение российских объектов в перечень ЮНЕСКО.

Добиться этого можно «через популяризацию богатейшего исторического, культурного и природного наследия» России. «Это могут быть не только экспедиции, но и фильмы, лекции, экскурсии, проведение выездных мероприятий»<sup>1</sup>. По данным Ростуризма, рост внутреннего туризма в 2015 г. составил 30 %, падение выездного туризма — более 40 %. Внутренняя сфера туризма может приносить большую прибыль при минимальных вложениях. Развитию внутреннего туризма способствует внешнеполитическая ситуация и падение рубля. Запрет на полеты в Египет и введение визового режима с Турцией лишили россиян привычного отдыха за границей, теперь им придется проводить отдых в Сочи и Крыму. В то же время, на фоне резкого снижения покупательской способности в 2016 г. не только многие российские граждане в 2016 г. откажутся от поездок за рубеж и на море, но и внутренний туризм из-за инфляции также может оказаться для многих недоступным.

<sup>1</sup> Архарова И. Ростуризм пообещал в этом году рост въездного туризма на 8 %. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tourprom.ru/news/31470/> (дата обращения 27/1/2016); Путин: Развивать внутренний туризм нужно через включение российских объектов в перечень ЮНЕСКО [Электронный ресурс]. URL: <https://russian.rt.com/article/51165/> (дата обращения 23/9/2014).

#### Список источников

1. Ritchie J. R., Crouch G. I., Hudson S. Assessing the role of Consumers in the Measurement of Destination Competitiveness and Sustainability // *Tourism Analysis*. — 2000. — Vol. 5 — № 2–4. — P. 69–76.
2. Porter M. E. Location, Clusters and the New Economics of Competition // *Business Economics*. — 1998. — Vol. 33 — № 1. — P. 7–17.
3. Pearce D. G. Competitive Destination Analysis in Southeast Asia // *Journal of Travel Research*. — 1997. — Vol. 35 — № 4. — P. 16–24.
4. D'Hautesserre A. Lessons in Managed Destination Competitiveness. The Case of Foxwoods Casino Resort // *Tourism Management*. — 2000. — Vol. 21 — № 1. — P. 23–32.
5. Crouch G. I., Ritchie J. R. Tourism competitiveness and societal prosperity // *Journal of Business Research*. — 1999. — Vol. 44 — № 3. — P. 137–152.
6. Dwyer L., Kim C. Destination Competitiveness. Determinants and Indicators // *Current Issues in Tourism*. — 2003. — Vol. 6 — № 5. — P. 369–414.
7. Ritchie J. R., Crouch G. I. The Competitive Destination. A Sustainability Perspective // *Tourism Management*. — 2000. — Vol. 21 — № 2. — P. 1–7.
8. Mihalič T. Environmental Management of a Tourist Destination. A Factor of Tourism Competitiveness // *Tourism Management*. — 2000. — Vol. 21 — № 1. — P. 65–78.

9. Kozak M., Rimmington M. Measuring Tourist Destination Competitiveness. Conceptual Considerations and Empirical Findings // *International Journal of Hospitality Management*. — 1999. — Vol. 18 — № 3. — P. 273–283.
10. Hassan S. S. Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry // *Journal of Travel Research*. — 2000. — Vol. 38 — № 3. — P. 239–245.
11. Gomozelj D. O., Mihalič T. Destination competitiveness — Applying different models, the case of Slovenia // *Tourism Management*. — 2008. — Vol. 29 — № 2. — P. 294–307.
12. Gooroochurn N., Sugiyarto G. Competitiveness indicators in the travel and tourism industry // *Tourism Economics*. — 2005. — Vol. 11 — № 1. — P. 25–43.
13. Blanke J., Chiesa T. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008. Balancing Economic Development and Environmental Sustainability. World Economic Forum Geneva, Switzerland. — 2008 — 504 p. ISBN-13: 978-92-95044-04-3. [Electronic resource]. Retrieved from: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TravelTourismCompetitiveness\\_Report\\_2008.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2008.pdf) (Date of access: 08.10.2015).
14. Blanke J., Chiesa T. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009. Managing in a Time of Turbulence. World Economic Forum Geneva, Switzerland. — 2009 — 525 p. ISBN-13: 978-92-95044-18-0. [Electronic resource]. Retrieved from: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GCR\\_TravelTourism\\_Report\\_2009.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_TravelTourism_Report_2009.pdf). (date of access: 08.10.2015).
15. Blanke J., Chiesa T. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. Beyond the Downturn. World Economic Forum Geneva, Switzerland. — 2011 — 531 p. ISBN-13: 978-92-95044-96-8. [Electronic resource]. Retrieved from: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TravelTourismCompetitiveness\\_Report\\_2011.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf). (date of access: 08.10.2015).
16. Blanke J., Chiesa T. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013. Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation. World Economic Forum Geneva, Switzerland. — 2013 — 517 p. ISBN-13: 978-92-95044-40-1. [Electronic resource]. Retrieved from: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TT\\_Competitiveness\\_Report\\_2013.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf). (date of access: 08.10.2015).
17. Schwab K., Snabe J. H., Eide E. B., Blanke J., Moavanzadeh J., Drzeniek-Hanouz M. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015. Growth through Shocks. World Economic Forum Geneva, Switzerland. — 2015 — 519 p. ISBN-13: 978-92-95044-48-7. [Electronic resource]. Retrieved from: [http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF\\_Global\\_Travel&Tourism\\_Report\\_2015.pdf](http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.pdf) (date of access: 08.10.2015).
18. Enright M., Newton J. Determinants of Tourism Destination Competitiveness in Asia Pacific. Comprehensiveness and Universality // *Journal of Travel Research*. — 2005. — Vol. 43 — № 4. — P. 339–350.
19. Goodrich J. N. Differences in Perceived Similarity of Tourism Regions: A Spatial Analysis // *Journal of Travel Research*. — 1977. — Vol. 16 — № 1. — P. 10–13.
20. Panov N., Teleska M. Macedonian's competitiveness as a tourist destination on the international tourist market // *Annual Geography*. — 2013. — Vol. 39–40 — P. 21–40.
21. Ritchie J. R., Crouch G. I. The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective. — Oxford: Oxford University Press, 2003. — 267 p.

### Информация об авторе

**Бухер Славомир** — доктор географических наук, научный сотрудник, Институт географии, факультет естественных наук, Университет Павла Йозефа Шафарика (Словакия, 040 01, г. Кошице, ул. Йесенна 5; e-mail: slavobucher@yahoo.com)

For citation: *Ekonomika regiona [Economy of Region]*, — 2016. — Vol. 12, Issue 1. — pp. 240–250

**S. Bucher**  
Pavol Jozef Šafárik University (Kosice, Slovakia)

### Competitiveness of the Russian Federation in the Global Tourism Market

*At present, the tourist industry is one of the fastest growing economic branches of the global economy. For many countries, it brings a significant portion of revenues to their national economies. In the article, the identification and assessment of the secondary data of the World Economic Forum published in The Travel & Tourism Competitiveness Report are carried out. In the Report, the strengths and weaknesses of some countries in the international tourist market are specified in detail. The plan of the analysis is in a more precise specification of competitiveness indices, which consist of compound indices: I — legal framework; II — business environment and infrastructure; III — human, cultural and natural resources for the Russian Federation and some states of Post-Soviet geopolitical space. The goals of the paper are the evaluation of the 14 factors that affect destination competitiveness and the comparison of the competitiveness levels in the Russian Federation. The paper also aimed to provide an understanding of the Russian position in the international tourism market and provide suggestions in order to improve weaknesses of the country. The competitiveness ranking 2015 for the tourism infrastructure, prioritization of travel and tourism, and national tourism perceptions suggest that Estonia, Latvia, Lithuania and Russia rank the top, relative to other former Soviet Union countries in the sample. Since these countries outperform in a tourism infrastructure, it is likely that they continuously try to improve their physical and financial infrastructure for tourists in the country. Therefore, it is a great challenge for Russia to constantly monitoring new trends and occurrences in the international tourism market, which are more diverse needs and demands of the tourist clientele. The findings of this study also shed light on the competitiveness of the Russian Federation*

operating in the international tourism market. As understood from the findings, there still exists a large gap between the Russian Federation and especially the top ten leaders in terms of tourism competitiveness.

**Keywords:** competitiveness of tourism, tourism in the Russian Federation, travel and tourism regulatory, tourism competitiveness index, infrastructure of tourism, human resources, cultural resources, natural resources

### References

1. Ritchie, J. R., Crouch, G. I. & Hudson, S. (2000). Assessing the role of Consumers in the Measurement of Destination Competitiveness and Sustainability. *Tourism Analysis*, 5(2–4), 69–76.
2. Porter, M. E. (1998). Location, Clusters and the New Economics of Competition. *Business Economics*, 33(1), 7–17.
3. Pearce, D. G. (1997). Competitive Destination Analysis in Southeast Asia. *Journal of Travel Research*, 35(4), 16–24.
4. D’Hautesserre, A. (2000). Lessons in Managed Destination Competitiveness. The Case of Foxwoods Casino Resort. *Tourism Management*, 21(1), 23–32.
5. Crouch, G. I. & Ritchie, J. R. (1999). Tourism competitiveness and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137–152.
6. Dwyer, L. & Kim, C. (2003). Destination Competitiveness. Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369–414.
7. Ritchie, J. R. & Crouch, G. I. (2000). The Competitive Destination. A Sustainability Perspective. *Tourism Management*, 21(2), 1–7.
8. Mihalič, T. (2000). Environmental Management of a Tourist Destination. A Factor of Tourism Competitiveness. *Tourism Management*, 21(1), 65–78.
9. Kozak, M. & Rimmington, M. (1999). Measuring Tourist Destination Competitiveness. Conceptual Considerations and Empirical Findings. *International Journal of Hospitality Management*, 18(3), 273–283.
10. Hassan, S. S. (2000). Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. *Journal of Travel Research*, 38(3), 239–245.
11. Gomozelj, D. O. & Mihalič, T. (2008). Destination competitiveness — Applying different models, the case of Slovenia. *Tourism Management*, 29(2), 294–307.
12. Gooroochurn, N. & Sugiyarto, G. (2005). Competitiveness indicators in the travel and tourism industry. *Tourism Economics*, 11(1), 25–43.
13. Blanke, J. & Chiesa, T. (2008). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008. Balancing Economic Development and Environmental Sustainability*. World Economic Forum Geneva, Switzerland, 504. ISBN-13: 978-92-95044-04-3. Retrieved from: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TravelTourismCompetitiveness\\_Report\\_2008.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2008.pdf) (date of access: 08.10.2015).
14. Blanke, J. & Chiesa, T. (2009). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009. Managing in a Time of Turbulence*. World Economic Forum Geneva, Switzerland, 525. ISBN-13: 978-92-95044-18-0. Retrieved from: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GCR\\_TravelTourism\\_Report\\_2009.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_TravelTourism_Report_2009.pdf). (date of access: 08.10.2015).
15. Blanke, J. & Chiesa, T. (2011). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. Beyond the Downturn*. World Economic Forum Geneva, Switzerland, 531. ISBN-13: 978-92-95044-96-8. Retrieved from: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TravelTourismCompetitiveness\\_Report\\_2011.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf). (date of access: 08.10.2015).
16. Blanke, J. & Chiesa, T. (2013). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013. Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation*. World Economic Forum Geneva, Switzerland, 517. ISBN-13: 978-92-95044-40-1. Retrieved from: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TT\\_Competitiveness\\_Report\\_2013.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf). (date of access: 08.10.2015).
17. Schwab, K., Snabe, J. H., Eide, E. B., Blanke, J., Moavanzadeh, J. & Drzeniek-Hanouz, M. (2015). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015. Growth through Shocks*. World Economic Forum Geneva, Switzerland, 519. ISBN-13: 978-92-95044-48-7. Retrieved from: [http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF\\_Global\\_Travel&Tourism\\_Report\\_2015.pdf](http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.pdf) (date of access: 08.10.2015).
18. Enright, M. & Newton, J. (2005). Determinants of Tourism Destination Competitiveness in Asia Pacific. Comprehensiveness and Universality. *Journal of Travel Research*, 43(4), 339–350.
19. Goodrich, J. N. (1977). Differences in Perceived Similarity of Tourism Regions: A Spatial Analysis. *Journal of Travel Research*, 16(1), 10–13.
20. Panov, N. & Teleska, M. (2013). Macedonian’s competitiveness as a tourist destination on the international tourist market. *Annual Geography*, 39–40, 21–40.
21. Ritchie, J. R. & Crouch, G. I. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Oxford: Oxford University Press, 267.

### Author

**Slavomir Bucher** — Doctor of Geography, Research Associate, Faculty of Sciences, Institute of Geography, Pavol Jozef Šafárik University (5, Jesenná 5 St., Kosice, Slovakia; e-mail: slavobucher@yahoo.com).