УДК 338.48

УСМАНОВА Тальия Хайдаровна [1]

[1] Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ленинградский проспект, 49, Москва, 125993, Россия.
http://orcid.org/0000-0001-6095-9553

[1] Усманова Тальия Хайдаровна, доктор экономических наук, профессор Департамента Менеджмент, Москва; Институт народнохозяйственного прогнозирования Российской Академии Наук, главный научный сотрудник, Мосвка. E-mail: Utx.60@mail.ru

ТРИФОНОВ Павел Владимирович [2]

[2] Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Ленинградский проспект, 49, Москва, 125993, Россия.
http://orcid.org/0000-0003-2228-5441

[2] Трифонов Павел Владимирович, кандидат экономических наук, доцент, Департамент Менеджмента, Москва. E-mail: tpv2005@mail.ru

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА

Аннотация

Предмет. В условиях интеграции экономик в мировое хозяйство развитие туризма обретает особенные качественные и количественные характеристики. Перспективы развития туризма во всем мире имеют тенденцию роста, наблюдается положительная динамика туристических услуг. Туризм при этом отвечает интересам национального благополучия и благосостояния. В мировой практике формируются различные модели туристических кластеров. Развитие туризма в мире имеет специфический характер, так как туризм является значительным показателем экономического развития. При этом Российская Федерация имеет значительные возможности развития туризма. Однако не все возможности развития туристической отрасли использованы в Российской Федерации.

Целью статьи является качественное и количественное обоснование развития туризма в Российской Федерации. Выявление перспектив развития туризма в мире и обоснование возможностей развития туристической отрасли в России.

Гипотеза. Туристическая отрасль в Российской Федерации имеет высокий потенциал для развития, формирования новых направлений развития бизнеса в современных условиях.

Методология. Методология решения поставленных задач основывается на использовании метода диалектического исследования, методов экономического анализа, прогнозирования, ситуационного и системного анализа, экспертных оценок и анализа эмпирических данных.

Результат/Вывод. В работе показываются возможные перспективы развития туризма в условиях недостаточного его охвата по регионам страны. Туристическое сообщество обеспечивает развитие бизнеса (B2B), расширяет и способствует решению круга важных социальных и экономических проблем в части трудовой занятости населения, экономического роста, развития территорий и улучшения качества жизни общества и культурного развития, повышения социальной ответственности бизнеса. Эффективное управление проектами развития туристической отрасли позволят стимулировать экономический рост и повышать благосостояние регионов страны. Россия имеет огромный резерв и

возможности развития туризма в регионах.

Ключевые слова: *туристическая отрасль, развитие бизнеса, инновации, новые туристические услуги, планирование, прогнозирование*

Regional economy

Taliya K. Usmanova, Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of Management, Institute of economic forecasting of the Russian Academy of Sciences. Chief researcher. E-mail: Utx.60@mail.ru
Pavel V. Trifonov, Ph.D. Associate Professor, Management Department, Finance University under the Government of the Russian Federation, Moscow. E-mail: tpv2005@mail.ru

TRENDS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF TOURISM

Abstract

Subject/Topic In the conditions of integration of economies into the global economy, the development of tourism acquires special qualitative and quantitative characteristics. The sphere of tourism all around the world has a tendency to growth, a positive dynamics of tourist services development is observed. Tourism meets the interests of national welfare and well-being. In the world practice there are forming different models of tourist clusters. The development of tourism in the world has a specific character, as the tourism is a significant indicator of economic development. The Russian Federation has a considerable potential for the development of tourism. However, not all opportunities of tourism industry development are used in the Russian Federation.

Goals/Objectives The purpose of the article is a qualitative and quantitative rationale for the tourism development in the Russian Federation, as well as identification of prospects of development of tourism in the world and justification of opportunities and tendency of growth of the tourism industry in the framework of changing dynamics of the tourist services**.**

Hypothesis Tourism industry in the Russian Federation has a high potential for the development and elaboration of new directions of development of business in modern conditions.

Methodology The methodology of the study is based on the methods of dialectical research, economic analysis, forecasting, situational and systemic analysis, expert assessments and analysis of empirical data.

Conclusion and Relevance The work reveals possible prospects of tourism development in the conditions of its weak development in some regions of the country. Tourist community provides business development (B2b), contributes to the solvation of the range of important social and economic problems in the sphere of employment, economic growth, development and improvement of the quality of life of society and cultural development, increasing social responsibility of business. Effective management of the tourism development projects will allow to increase economic growth and welfare of the country's regions. Russia has a huge reserve and opportunities for the tourism development in the regions. However, though there is a considerable potential for tourism development, not all opportunities for the development of tourism industry are used in the Russian Federation.

Keywords: *tourism industry, business development, innovation, new tourist services, planning, forecasting*

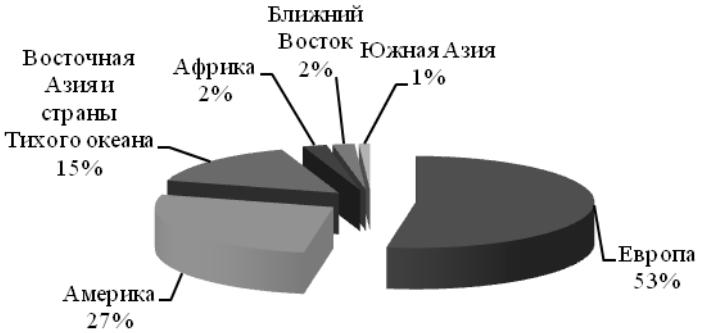
В современных условиях интеграции экономик в мировое хозяйство необходимо определение приоритетных направлений развития бизнеса, внедрения инноваций в различные отрасли, в том числе туристическую сферу. На практике туристическая сфера является значительным пополнением бюджета стран, которые разработали особые современные модели развития туризма. Туризм при этом отвечает интересам национального благополучия и благосостояния. В мировой практике формируются различные модели туристических кластеров [1, 4, 6].

Развитие туризма в мире имеет специфический характер, так как туризм является значительным показателем экономического развития. Современное туристическое сообщество обеспечивает развитие бизнеса (B2B), расширяет и способствует решению круга важных социальных и экономических проблем в части трудовой занятости населения, экономического роста, развитию территорий и улучшения качества жизни общества и культурного развития, повышения социальной ответственности бизнеса [3, 4, 5]. Мировая индустрия туризма отличается значительной динамикой. На рисунке 1 приведена мировая экспортная выручка по отраслям экономики.

Рисунок 1 – Доходы от экспорта международных туристических услуг в 2015 г. (млрд. долларов)[1]

На рисунке 2 отражены основные участники международной туристической отрасли. Исходя из приведенных данных, можно отметить, что Европа является лидером в сфере оказания туристических услуг. Также выделяется рынок туристических услуг Америки, на долю которого приходится более четверти мировой туристической отрасли [14, 17].

[1]National Workshop on WTO Negotiations (UNCTAD)



Источник: База данных системы международного туризма.

Рисунок 2 – Участие стран по континентам на рынке международного туризма (%)[1]

Примечательная информация по оказанию экспорта и импорта туристических услуг представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика сальдированного остатка экспорта-импорта среди стран за период с 2010 по 2015 гг., %[2]

Страна	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Бразилия	-5,4	-6,0	-6,2	-6,6	-6,6	-5,6
Китай	-1,1	0,6	-2,9	-3,9	-6,2	-9,8
Германия	-3,8	0,5	-3,6	-3,9	-3,9	-3,8
Франция	1,7	1,3	2,0	1,7	1,1	1,1
Великобритания	-2,9	0,7	-2,4	-1,8	-1,6	-1,8
Индия	1,8	1,6	1,7	1,6	1,1	1,4
Израиль	1,0	1,2	1,4	0,9	0,4	-0,9
Италия	2,5	1,6	2,3	2,4	2,2	2,3
Япония	-3,2	0,3	-2,3	-1,3	-0,5	0,6
Россия	-6,4	0,3	-7,8	-9,3	-9,5	-10,3
США	4,4	2,0	4,3	4,8	5,0	5,5

Как видно из таблицы 1 за последние пять лет доходы от экспорта туристических услуг (въезда иностранных туристов) имеют тенденцию к росту у Индии, Италии, Японии и США. Это обусловлено как экономической привлекательностью для бизнеса, так и политическими факторами, отдельно исторической и культурной средой.

Рост затрат граждан на отдых за границей наблюдается у Бразилии, Китая, Франции, России, Великобритании. А также в последние годы жители Израиля стали предпочитать заграничные туры.

Германия имеет относительно стабильные характеристики соотношения экспорта и импорта туристических услуг за пятилетний период в виду ее устойчивой экономики и консервативного подхода ее жителей при выборе туристических направлений.

---

[1] *Source: OMT/WTO database.*
[2] WorldBanks Statictics

В случае с отечественной экономикой следует отметить два момента: во-первых, внутренний туризм остается непривлекательным для большего количества россиян, имеющих доход средний и выше среднего, и, во-вторых, остальные, за неимением средств, не выезжают на отдых. Как видно из таблицы 2, туристические потоки в Россию довольно стабильны и наполняются за счет граждан Китая. В 2015 году для российского туристического рынка наступил «переломный» момент, напрямую связанный с политическими факторами (принятие санкций в отношении российских представителей бизнеса и власти со стороны западных стран). Вследствие этого уменьшились туристические потоки из стран Западной Европы и США, но при этом увеличился приток туристов из Китая и стран Юго-Восточной Азии в виду привлекательности валютных курсов (обесценивания рубля по отношению к доллару и юаню). Приток туристов из Китайской народной республики увеличился более чем в 2 раза в 2015 году и достиг 75,1 % от общего количества иностранных туристов в России [6, 7].

Таблица 2 – Распределение иностранных туристов, принятых туристическими фирмами в России[1]

Страны	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**
Германия	24,7%	16,0%	11,6%	14,1%	13,4%	7,3%
Италия	7,7%	6,7%	8,1%	5,6%	2,3%	2,4%
Финляндия	5,9%	4,1%	4,8%	3,4%	3,9%	1,3%
Франция	7,7%	7,0%	3,0%	4,2%	1,9%	2,2%
другие страны Европы	3,3%	3,1%	3,7%	3,0%	4,0%	1,7%
Китай	16,1%	30,3%	25,0%	27,9%	36,5%	75,1%
Япония	8,1%	4,9%	9,6%	10,3%	11,4%	3,0%
другие страны Азии	0,8%	3,5%	4,9%	3,0%	3,4%	1,5%

Как видно из таблицы 3, популярными странами для внешнего туризма у российских граждан остаются Турция, Египет, Таиланд, Греция, Китай, Испания и ОАЭ. Однако, к 2015 году «просели» туристические потоки в страны Еврозоны (Испания, Италия, Франция), а также классические направления в Турцию, Египет и Таиланд в виду непривлекательности курса валют и осложнению политических отношений с указанными странами. Привлекательность внутреннего туризма для россиян увеличилась в 1,5 раза и достигла 33,3% в виду влияния политических и экономических факторов. Внутренний туризм занимает более трети рынка туризма россиян в виду нескольких причин: снижение доходов российских граждан, принятие политических санкций в отношении представителей государственных институтов и членов их семей. На сохранение позиций внутреннего туризма для россиян оказывают влияние также такие классические факторы, как историческая привязанность старшего

[1] Регионы России. Социально-экономические показатели. 2016: Стат. сб. / Росстат. – М., 2016. – 1326 с

поколения к санаторно-курортным зонам отдыха, наличие льготной социальной поддержки группам населения со стороны государства и отраслевых профсоюзов в виде предоставления путевок, компенсируемых отдыхающим полностью или частично [21].

Таблица 3 - Распределение по странам мира и России российских туристов, отправленных туристическими фирмами в туры[1]

Страны	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Россия	21,2%	21,6%	20,0%	19,4%	23,3%	33,3%
Турция	23,1%	23,0%	20,7%	20,0%	20,8%	18,2%
Египет	18,6%	11,4%	14,3%	11,6%	14,1%	11,6%
Таиланд	4,6%	6,4%	7,2%	7,5%	8,4%	6,5%
Греция	2,1%	3,4%	3,4%	6,3%	5,6%	5,6%
Другие страны Азии	0,8%	1,0%	1,3%	1,8%	2,9%	4,4%
Китай	10,6%	11,5%	8,4%	6,3%	5,0%	3,0%
Испания	2,4%	3,1%	3,4%	4,4%	3,8%	2,3%
Объединенные Арабские Эмираты	1,5%	1,9%	2,1%	2,5%	2,4%	1,8%
Чешская Республика	1,1%	1,6%	1,8%	1,9%	1,5%	1,7%

Как показывает тенденция развития мировой туристической отрасли, Российская Федерация является перспективной страной туризма, с огромными историческими территориями и значительным количеством архитектурных памятников. При этом Москва занимает лидирующее место в предпочтениях иностранных гостей в выборе направлений. Далее за ней следует исторически сложившиеся направления Краснодарского края, Санкт-Петербурга, Московской области и регионов Золотого кольца [25].

Таблица 4 – Валовая добавленная стоимость туристской индустрии

Показатели	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ВДС туристской индустрии, млрд. руб.	1533,1	1778,5	2052,4	2305,6	2450,0	2604,7
Темпы роста, %		16%	15%	12%	6%	6%

В 4 квартале 2014 года для российской туристической отрасли произошел ряд драматических событий: международные санкции, падение курса национальной валюты, ухудшение отношений с классическими для внешнего туризма странами, снижение имиджа России для жителей ряда западных стран, банкротство и закрытие ведущих отечественных туристических компаний и операторов чартерных рейсов. Данные события повлияли на снижение темпов роста туристской индустрии в России с 15,5 % (ежегодно) до 6% (таблица 4) [2, 10, 12, 21]. При этом доля ВДС в ВВП России не изменилась в указанном периоде, сохраняясь на уровне 3,3%, что обусловлено снижением ВВП всей российской экономики и дальнейшим снижением доходов российских граждан (таблица 5).

[1] Регионы России. Социально-экономические показатели. 2016: Стат. сб. / Росстат. – М., 2016. – 1326 с

Таблица 5 – Доля валовой добавленной стоимости (ВДС) туристической индустрии в валовом внутреннем продукте (ВВП) Российской Федерации

Годы	2011	2012	2013	2014	2015
Доля ВДС в ВВП (в текущих ценах, в процентах)[1]	2,9	3,0	3,2	3,3	3,4
ВДС (млрд. руб.)	1533,1	1778,5	2052,4	2305,6	2542,7

Как следствие, изменилось потребительское поведение при выборе направлений отдыха, и, соответственно, бизнес-модели большинства туроператоров в России с ориентацией на внутренний туризм и лояльные российской политике страны [2].

Таблица 6 – Вклад региона в общее количество российских туристов, отправленных в туры по России, %[2]

Регион	Вклад региона в общее количество российских туристов, отправленных туристскими фирмами в туры по России, %					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
г. Москва	7,7%	8,7%	8,0%	6,1%	6,9%	20,3%
Краснодарский край	7,6%	7,4%	4,8%	5,5%	8,2%	7,5%
Республика Татарстан	3,5%	3,6%	3,4%	3,5%	4,8%	6,8%
г. Санкт-Петербург	5,5%	3,0%	7,5%	15,4%	7,3%	4,6%
Нижегородская область	4,0%	4,8%	4,3%	3,7%	5,3%	4,0%
Московская область	3,7%	3,2%	2,9%	3,8%	4,6%	3,2%
Свердловская область	3,3%	3,3%	3,9%	3,4%	3,5%	2,8%
Калужская область	0,9%	1,9%	2,0%	1,7%	1,7%	2,7%
Самарская область	3,4%	3,4%	3,4%	3,4%	2,4%	2,5%
Владимирская область	2,8%	3,6%	3,3%	3,0%	2,8%	2,3%

На основании таблицы 6 можно сделать вывод о том, что меняется структура вклада регионов в общее количество российских туристов, отправленных туристическими фирмами в туры по России. Следует отметить, что потребители, проживающие в г. Москве, увеличили объемы потребления услуг внутреннего туризма и занимают 1/5 долю данного рынка с 2015 года. И такая тенденция наблюдается с 2014 года, с момента введения политических санкций против российских граждан. Жители остальных регионов в данном рейтинге сохранили объемы своего потребления услуг внутреннего туризма, за исключением жителей г. Санкт-Петербург [6, 7, 8].

Таблица 7 - Вклад региона в общее количество российских туристов, отправленных в зарубежные туры, %[3]

---

[1] Портал gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru

[2] Регионы России. Социально-экономические показатели. 2016: Стат. сб. / Росстат. – М., 2016. – 1326 с

[3] Регионы России. Социально-экономические показатели. 2016: Стат. сб. / Росстат. – М., 2016. – 1326 с

Отправляющая сторона	Вклад региона в общее количество российских туристов, отправленных туристскими фирмами в зарубежные туры , %					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
г. Москва	41,8%	32,6%	29,2%	29,8%	32,6%	34,6%
Свердловская область	4,3%	4,8%	5,8%	3,8%	4,4%	6,4%
Хабаровский край	1,9%	1,6%	1,3%	1,1%	4,4%	5,1%
Московская область	1,6%	2,3%	1,6%	3,2%	4,4%	4,4%
г. Санкт-Петербург	6,4%	7,3%	11,1%	13,2%	3,8%	4,0%
Республика Татарстан	2,8%	3,1%	2,5%	2,4%	3,1%	3,4%
Краснодарский край	1,5%	2,1%	2,0%	2,5%	2,8%	3,3%
Нижегородская область	1,5%	1,9%	2,2%	2,2%	2,6%	2,9%
Новосибирская область	3,1%	3,5%	3,2%	2,9%	2,8%	2,6%

В таблице 7 показано, что наиболее активные туристы при выборе зарубежных направлений отдыха проживают в Москве, Санкт-Петербурге, Татарстане, Свердловской и Нижегородской областях, Краснодарском и Хабаровском краях. Это объясняется экономически более благоприятной обстановкой в указанных регионах, т.е. население имеет более высокие доходы и доля туристических компаний (операторов) выше внутри региона, нежели в регионах имеющих более низкий доход на душу населения. Важно отметить динамику за период 2010-2015 гг. для регионов лидеров данного рейтинга. Снижение доходов жителей Санкт-Петербурга и Новосибирской области повлияли на снижения потребительской активности в отношении туристических услуг, а с другой стороны, увеличились доли Свердловской области, Хабаровского края и Московской областей в рейтинге потребителей зарубежных туров [10, 12, 24].

Следует отметить, что такая активность потребителей подкреплена аналогичным распределением валового регионального продукта на душу населения в рейтинге регионов. Наибольшие доли в этом рейтинге имеют Москва, Московская область, Санкт-Петербург, Краснодарский край, республика Татарстан и остальные регионы, занимающие идентичные позиции в рейтинге регионов проживания основных потребителей туристических услуг (таблица 8) [2, 25].

Таблица 8 – Доля региона в ВРП в России в 2015 году

Регион	г. Москва	Московская область	г. Санкт-Петербург	Краснодарский край	Республика Татарстан	Свердловская область	Красноярский край
Доля региона в ВРП в России 2015 г.	20,8	4,9	4,7	3	2,8	2,7	2,5

Результат/Вывод. Процессы интеграции экономик в мировое хозяйство внесли особые условия развития туристической отрасли в мире, а также в Российской Федерации. Однако в регионах Российской Федерации имеются значительные перспективы и возможности развития туризма. Имеющиеся тенденции роста оказания туристических услуг позитивно

влияют на увеличение ВВП регионов и страны в целом. Эффективное управление проектами развития туристической отрасли позволят экономический рост и благосостояние регионов страны. Россия имеет огромный резерв и возможности развития туризма в регионах. Ключевыми факторами, влияющими на активность поведения потребителей туристических услуг, являются доходы населения и характер политических отношений между странами, а также культурная привлекательность принимающих территорий.

Список источников:

1. Богачев, Трифонов 2017 – *Богачев Ю.С., Трифонов П.В.* Факторы, определяющие развитие национальной экономики в условиях перехода на новый технологический уклад // Экономика. Бизнес. Банки. 2017. 3(20) июль-сентябрь С.1-14
2. Портал gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru (дата обращения 10.03.2018)
3. Акаев и др. 2014 - *Прогноз и моделирование кризисов и мировой динамики*. Под ред. А.А. Акаева, А.В. Коротаева, Г.Г. Малинецкого. М.: Либроком. 2014. 352 с.
4. Усманова 2016 - *Усманова Т.Х.* Менеджмент устойчивого социально-экономического развития регионов в рамках бюджетно-налоговой и денежно-кредитной политики России. / «МИР» (Модернизация. Инновации. Развитие). 2016. Т. 7. № 1 (25). С. 123-131.
5. Эскиндаров 2017 – *Эскиндаров М.А*. Экономическое развитие России требует новую экономическую модель. Научные труды Вольного экономического общества России. 2017. Т. 203. С. 195-204.
6. Andrades, Dimanche (2017) – *Andrades, L., Dimanche, F., Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges*. Tourism Management, Volume 62, p.360-376.
7. Buckley (2017) – *Buckley R., Tourism and Natural World Heritage: A Complicated Relationship*. Journal of Travel Research 2, pages 4-72.
8. Falk (2016) – *Falk M. A gravity model of foreign direct investment in the hospitality industry*. Tourism Management. Volume 55, p.225-237.
9. Kannisto (2018) – *Kannisto P. Travelling like locals: Market resistance in long-term travel*. Tourism Management, Volume 67, p.297-306.
10. Kaurova, Kryukova, Maloletko, Deryabina, Yumanova (2014) – *Kaurova O.V., Kryukova E.M., Maloletko A.N., Deryabina A.V., Yumanova O.S. Modern trends in the development of tourism statistics in the world and in Russia*. Life Science Journal 2014; 11 (4): p.451-454.
11. Khalilzadeh (2018) – *Khalilzadeh, J. Demonstration of exponential random graph models in tourism studies: Is tourism a means of global peace or the bottom line?* Annals of Tourism Research, Volume 69, p.31-41.
12. Kirillova, Wang, Lehto (2018) - *Kirillova, K., Wang, D., Lehto, X. The sociogenesis of leisure travel*. Annals of Tourism Research, Volume 69, p.53-64.
13. Lamers, René van der Duim, Spaargaren (2017) – *Lamers, M., René van der Duim, Spaargaren, G. The relevance of practice theories for tourism research*. Annals of Tourism Research, Volume 62, p.54-63.
14. Lee, Au, Li, Law (2014) – *Lee, H.A., Au, N., Li, G., Law, R., An insight into research performance through a citation counting analysis.* Journal of Hospitality and Tourism Management, Volume 21, p.54-63.

15. Rugphong (2018) – *Rugphong. Business ethics of tour operators for supporting sustainable tourism development and its determinants*. AU Journal of Management, [S.l.], v. 11, n. 1, p. 28-35.

16. Sandvig (2016) – *Sandvig, C. J. Mobilization Techniques Utilized by Leading Global E-Commerce Sites*. International Journal of E-Business Research 12:2, pages 1-16

17. Sanz-Ibáñez, Clavé (2016) – *Sanz-Ibáñez, C., Clavé, S.A. Strategic coupling evolution and destination upgrading*. Annals of Tourism Research, Volume 56, p.1-15.

18. Schroeder, Pennington-Gray, Kim, Liu-Lastres (2018) – *Schroeder, A., Pennington-Gray, L., Kim, H., Liu-Lastres, B. Using the media's tweets to broaden previous conceptualizations of political travel risks*. Tourism Management Perspectives, Volume 26, p.107-117.

19. Sharpley, Telfer (2016) – *Sharpley, R., Telfer, D., Tourism and Development in the Developing World*. London: Routledge.

20. Soica (2016) – *Soica, S. Tourism as practice of making meaning, Annals of Tourism Research*. Volume 61, p.96-110.

21. Terzidou, Scarles, Mark, Saunders (2018) – *Terzidou, M., Scarles, C., Mark, N.K. Saunders. The complexities of religious tourism motivations: Sacred places, vows and visions*. Annals of Tourism Research, Volume 70, p.54-65.

22. Wilbert den Hoed, Antonio Paolo Russo (2017) – *Wilbert den Hoed, Antonio Paolo Russo. Professional travellers and tourist practices*. Annals of Tourism Research, Volume 63, p.60-72.

23. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2016: Стат. сб. / Росстат. - М. 2016. - 1326 с.

References:

1. Bogachev Y. S., Trifonov P. V. (2017) – *Bogachev Y.S., Trifonov P.V. Factors determining the development of the national economy in the conditions of transition to a new technological mode* [Faktoryi, opredelyayuschie razvitie natsionalnoy ekonomiki v usloviyah perehoda na novyiy tehnologicheskiy uklad], Economy. Business. Banks. [Ekonomika. Biznes. Banki.] 2017. 3 (20) [in Russian]

2. Portal: gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru (date of treatment 10.03.2018)

3. Akaev, Korotaev, Malinetskii (2014) –Ak*aev A.A., Korotaev A.V., Malinetskii G.G. Forcasting and modeling of crises and world dynamics* [Prognoz i modelirovanie krizisov i mirovoy dinamiki], Librokom.[Librokom] 2014. 352 p. [in Russian]

4. Usmanova (2016) – *Usmanova T. H. Management of sustainable social and economic development of regions within the framework of the budget-tax and monetary policy of Russia.* [Menedzhment ustoychivogo sotsialno-ekonomicheskogo razvitiya regionov v ramkah byudzhetno-nalogovoy i denezhno-kreditnoy politiki Rossii], "WORLD" (Modernization. Innovations. Development.) [«MIR» (Modernizatsiya. Innovatsii. Razvitie.)] 2016. Vol. 7. No 1 (25). P. 123-131. [in Russian]

5. Eskindarov M. A. (2017) – *Eskindarov M. A.* Economic development of Russia requires a new economic model. [Ekonomicheskoe razvitie Rossii trebuet novuyu ekonomicheskuyu model.], Scientific works of the Free economic society of Russia. [Nauchnyie trudyi Volnogo ekonomicheskogo obschestva Rossii] 2017. Vol. 203. P. 195-204. [in Russian]

6. Andrades, Dimanche, (2017) – *Andrades, L., Dimanche, F., Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges*.

Tourism Management, Volume 62, p.360-376.

7. Buckley (2017) – *Buckley R., Tourism and Natural World Heritage: A Complicated Relationship*. Journal of Travel Research 2, pages 4-72.

8. Falk (2016) – *Falk M. A gravity model of foreign direct investment in the hospitality industry*. Tourism Management. Volume 55, p.225-237.

9. Kannisto (2018) – *Kannisto P. Travelling like locals: Market resistance in long-term travel*. Tourism Management, Volume 67, p.297-306.

10. Kaurova, Kryukova, Maloletko, Deryabina, Yumanova (2014) – *Kaurova O.V., Kryukova E.M., Maloletko A.N., Deryabina A.V., Yumanova O.S. Modern trends in the development of tourism statistics in the world and in Russia*. Life Science Journal 2014; 11 (4): p.451-454.

11. Khalilzadeh (2018) – *Khalilzadeh, J. Demonstration of exponential random graph models in tourism studies: Is tourism a means of global peace or the bottom line?* Annals of Tourism Research, Volume 69, p.31-41.

12. Kirillova, Wang, Lehto (2018) - *Kirillova, K., Wang, D., Lehto, X. The sociogenesis of leisure travel*. Annals of Tourism Research, Volume 69, p.53-64.

13. Lamers, René van der Duim, Spaargaren (2017) – *Lamers, M., René van der Duim, Spaargaren, G. The relevance of practice theories for tourism research*. Annals of Tourism Research, Volume 62, p.54-63.

14. Lee, Au, Li, Law (2014) – *Lee, H.A., Au, N., Li, G., Law, R., An insight into research performance through a citation counting analysis.* Journal of Hospitality and Tourism Management, Volume 21, p.54-63.

15. Rugphong (2018) – *Rugphong. Business ethics of tour operators for supporting sustainable tourism development and its determinants*. AU Journal of Management, [S.l.], v. 11, n. 1, p. 28-35.

16. Sandvig (2016) – *Sandvig, C. J. Mobilization Techniques Utilized by Leading Global E-Commerce Sites*. International Journal of E-Business Research 12:2, pages 1-16

17. Sanz-Ibáñez, Clavé (2016) – *Sanz-Ibáñez, C., Clavé, S.A. Strategic coupling evolution and destination upgrading.* Annals of Tourism Research, Volume 56, p.1-15.

18. Schroeder, Pennington-Gray, Kim, Liu-Lastres (2018) – *Schroeder, A., Pennington-Gray, L., Kim, H., Liu-Lastres, B. Using the media's tweets to broaden previous conceptualizations of political travel risks*. Tourism Management Perspectives, Volume 26, p.107-117.

19. Sharpley, Telfer (2016) – *Sharpley, R., Telfer, D., Tourism and Development in the Developing World*. London: Routledge.

20. Soica (2016) – *Soica, S. Tourism as practice of making meaning, Annals of Tourism Research*. Volume 61, p.96-110.

21. Terzidou, Scarles, Mark, Saunders (2018) – *Terzidou, M., Scarles, C., Mark, N.K. Saunders. The complexities of religious tourism motivations: Sacred places, vows and visions*. Annals of Tourism Research, Volume 70, p.54-65.

22. Wilbert den Hoed, Antonio Paolo Russo (2017) – *Wilbert den Hoed, Antonio Paolo Russo. Professional travellers and tourist practices*. Annals of Tourism Research, Volume 63, p.60-72.

23. Regions of Russia. Socio-economic indicators. 2016: Stat. SB. / Rosstat. – M., 2016. - 1326