

АНАЛИЗ НАЦИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИЗМА И ПУТЕШЕСТВИЙ: ВЫВОДЫ ДЛЯ СТРАН СНГ

Нилуфар Неъматиллаевна САФАРОВА

старший научный сотрудник-соискатель, Институт прогнозирования и макроэкономических исследований
при Кабинете министров Республики Узбекистан, Ташкент, Республика Узбекистан
nilufarxon@yahoo.co.uk

История статьи:

Принята 08.04.2015
Одобрена 15.06.2015

УДК 338.483

Ключевые слова: туризм,
конкурентоспособность,
дестинация, ресурсы, потенциал

Аннотация

Предмет. Статья посвящена исследованию вопросов конкуренции и конкурентоспособности дестинации, что предоставляет возможность проведения сравнительного анализа туристской индустрии стран и регионов с мировыми лидерами и находить новые подходы для дальнейшего развития.

Цели. Целью исследования является проведение анализа значимости индикаторов конкурентоспособности туристской индустрии стран в привлечении международных посетителей; определение основных факторов, ограничивающих развитие туризма в государствах СНГ, а также разработка рекомендаций для дальнейшего повышения национальной конкурентоспособности туризма в этих странах.

Методология. В ходе исследования были использованы методы межстранового регрессионного анализа, международного бенчмаркинга, синтеза, индукции и дедукции. Проведен обзор исследований, посвященных проблеме определения концепции конкурентоспособности туристской отрасли и ее оценки.

Результаты. Результаты корреляционного анализа выявили, что конкурентоспособность отрасли и инвестиции в туризм являются важными факторами, определяющими объемы международных туристских потоков. Оценен уровень влияния каждого отдельного компонента индекса конкурентоспособности туризма и путешествий на международные туристские потоки. Согласно результатам, основные конкурентные преимущества дестинаций СНГ сосредоточены в человеческих, природных и культурных туристских ресурсах, которые создают фундаментальные условия для привлечения международных посетителей. Практически во всех рассматриваемых государствах отмечена высокая оценка здравоохранения и санитарии. Ахиллесовой пятой этих стран является туристская инфраструктура, продвижение и развитие которой требует государственной поддержки и регулирования.

Выводы. Повышение конкурентоспособности туристского сектора в государствах СНГ требует дальнейшего развития туристской инфраструктуры, а также усиления мер по продвижению туристского продукта, укрепления имиджа на международном уровне, охране окружающей среды и туристских ресурсов, ратификации международных конвенций и т.д.

Значимость. Рекомендации, которые предложены в ходе исследования, могут быть использованы в разработке концепций и стратегий развития туризма правительствами стран СНГ для повышения конкурентоспособности туристских продуктов и их продвижения на международном рынке туристских услуг в соответствии с экономическими и социальными интересами государств.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2015

Введение

Современные глобальные социально-экономические тенденции в туризме, изменчивость потребностей туристов и возникновение новых источников спроса усиливают способность ряда стран¹ Содружества

¹Армения, Азербайджан, Беларусь, Казахстан, Киргизстан, Россия, Таджикистан, Туркменистан, Украина, Узбекистан (данные по конкурентоспособности туристской отрасли Белоруссии и Туркменистана отсутствуют).

Независимых Государств (СНГ) конкурировать и играть значимую роль на мировом туристском рынке. Все страны Содружества имеют уникальные достопримечательности, богатое культурное наследие, великолепные природные пейзажи, эффективное использование которых требует формирования и продвижения конкурентоспособных туристских дестинаций.

Учитывая значительное позитивное влияние развития

туризма и повышение конкурентоспособности дестинации на развитие всего региона и качество жизни населения [1], в статье представлен анализ определения наиболее значимых факторов конкурентоспособности туризма для привлечения международных туристских потоков. На основе анализа предложены направления повышения текущего уровня конкурентоспособности стран СНГ. В ходе исследования автором использованы методы бенчмаркинга и межстранового регрессионного анализа на основе данных Всемирного экономического форума (ВЭФ) за 2007–2015 гг. Результаты эмпирического анализа определили основные факторы конкурентоспособности туризма, что предоставляет возможность выделить ту платформу, с помощью которой государства СНГ могут повысить эффективность использования туристических ресурсов, интенсивность туристских потоков и рост доходов от туристской сферы.

В связи с существенным значением конкурентоспособности дестинации в развитии туризма, учеными проведена большая работа по ее изучению в отдельных странах и регионах в целом. Для изучения факторов конкурентоспособности туристской отрасли автором были рассмотрены некоторые фундаментальные и эмпирические исследования по концептуальным основам и практическим индикаторам конкурентоспособности дестинации [1–19].

Понятие конкурентоспособности широко используется применительно к разным секторам экономики, городам, регионам, странам и т.д. Конкурентоспособность считается относительной (по сравнению с чем-то) и многогранной (характерные признаки и индикаторы) концепцией [18]. Многогранность концепции конкурентоспособности усложняет процесс разработки универсального определения этого понятия, в связи с этим сформировались различные концептуальные подходы к определению ее сущности и методов оценки.

Конкурентоспособность туризма рассматривается исследователями в зависимости от их субъективных суждений о конкурентоспособности и значительности ее отдельных индикаторов для устойчивого развития дестинаций. Например, согласно определению Л. Двайера и др. [14], конкурентоспособность туризма является обобщающим понятием, которое охватывает ценовые различия в сочетании с колебаниями обменного курса, уровня производительности

различных компонентов индустрии туризма и качественных факторов, влияющих на привлекательность дестинации. Между тем другие ученые утверждают, что конкурентоспособность туризма представляет собой способность создавать добавленную стоимость туристских услуг, сохранять ресурсную базу и высокие позиции на рынке среди конкурентов [18, 19].

Предложенные концептуальные подходы к определению конкурентоспособности туризма в основном опираются на идеях «конкурентного ромба» М. Портера [9]. Наиболее всеобъемлющим и проницательным из них считается модель Ритчи и Кроуча, в которой конкурентоспособность дестинации представлена следующими основными факторами:

- основными ресурсами и аттракторами;
- поддерживающими факторами и ресурсами;
- стратегическим планированием развития дестинации;
- ролью регулирующего органа в продвижении основных ресурсов;
- ситуационными условиями (политическая обстановка, географическое расположение и т.д.) [17].

На основе многолетних исследований было сделано заключение, что наиболее конкурентоспособная дестинация способна наиболее эффективно обеспечивать устойчивое благополучие своих резидентов.

Главная особенность конкуренции в туризме заключается в том, что она должна одновременно анализироваться на нескольких взаимосвязанных уровнях, в частности на макро-, мезо- и микроуровнях [5]. В макроэкономическом аспекте конкурентоспособность туризма определяется широким набором экономических, экологических, культурных и политических факторов. Большинство исследователей считают, что конкурентоспособность туристской дестинации напрямую зависит от конкурентоспособности туристских предприятий рассматриваемой территории [1], а также ее конкурентными позициями, определяемыми отраслевой специализацией [4, 11].

Растущий интерес со стороны правительств к развитию туризма в связи с ее высокой социально-экономической значимостью привел к разработке нескольких методов оценки и мониторинга национальной конкурентоспособности туризма.

Одной из самых значительных разработок по вопросу оценки конкурентоспособности дестинаций является Индекс конкурентоспособности туризма и путешествий (ИКТП), впервые представленный ВЭФ в 2007 г.

Индекс конкурентоспособности туризма и путешествий представляет национальную оценку конкурентоспособности туристской отрасли и является мерой влияния факторов и принимаемых правительством мер для улучшения привлекательности страны в сфере туризма. Следует отметить, что в докладе ВЭФ за 2015 г. концептуальный подход к определению составляющих субиндексов усовершенствован и более четко отображает ранее разработанные модели Кроуча и Ритчи. Хотя существует некоторая критика в адрес этого рейтинга учеными и практиками, в последнее время он часто используется в эмпирических исследованиях [10, 11], так как представляет уникальную возможность проведения сопоставительного и факторного анализа для регулярного сравнения и поиска новых подходов для внесения улучшений.

Методология и данные

Один из возможных вариантов модели для оценки значимости факторов конкурентоспособности в сложившихся реалиях глобального туристского рынка представлен на рис. 1. Эта модель основана на динамике количества международных прибытий. Предлагаемая модель основана на разработках

ВЭФ по индексу конкурентоспособности туризма и путешествий. В качестве объясняющих факторов использованы 14 индикаторов конкурентоспособности дестинаций:

- K_{1i} – деловая среда;
- K_{2i} – безопасность;
- K_{3i} – здравоохранение и гигиена;
- K_{4i} – человеческие ресурсы и рынок труда;
- K_{5i} – состояние ИКТ;
- K_{6i} – приоритетность отрасли для страны;
- K_{7i} – международная открытость;
- K_{8i} – ценовая конкурентоспособность;
- K_{9i} – устойчивость окружающей среды;
- K_{10i} – инфраструктура воздушного транспорта;
- K_{11i} – инфраструктура наземного и водного транспорта;
- K_{12i} – инфраструктура туристских услуг;
- K_{13i} – природные ресурсы;
- K_{14i} – культурное наследие.

Контрольными переменными в модели являются ВВП на душу населения и население страны в 2015 г.

Основываясь на эмпирических моделях оценки влияния международных индексов и их составляющих, модель влияния ИКТП и ее субиндексов на международные туристские потоки

Рисунок 1

Концептуальная модель анализа факторов роста притока международных туристов



имеет следующий логарифмически-линейный вид:

$$\log(MТП_i) = \beta_1 + \beta_2 K_{ji} + \beta_3 \log(BВП_i) + \beta_4 \log(\text{население}_i) + \varepsilon_i,$$

где $MТП$ – среднее количество международных туристских прибытий в страну за 2009–2013 гг.;

i – исследуемая страна ($i = 1, \dots, 140$);

j – номер субиндекса ИКТП;

K_{ji} – субиндекс ИКТП за 2015 г.

Анализ и результаты

Предварительный качественный анализ уровня конкурентоспособности туризма показал, что он является важным в усилении способности дестинации генерировать туристские потоки, следовательно, максимизировать поступления от международного туризма (рис. 2). Хотя высокие параметры конкурентоспособности являются важной предпосылкой развития рынка туризма, они не могут считаться достаточным условием привлечения значимых потоков иностранных посетителей.

Лидером в мировом рейтинге ИКТП является Испания, несмотря на то, что Франция, Германия,

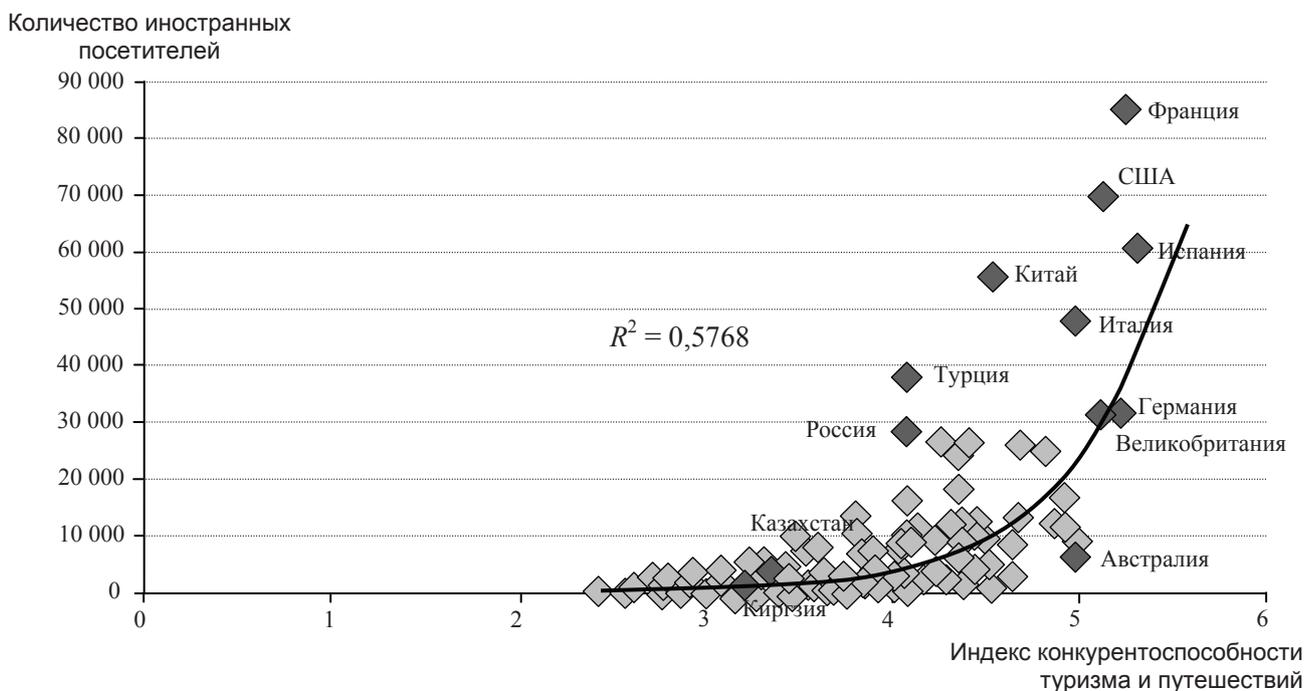
США и Великобритания входят в пятерку лидеров в данном рейтинге, количество посетителей и поступлений от туризма в этих странах значительно различается.

Согласно теориям обусловленности экономического роста и экономики туризма [13], одним из важных факторов развития туризма, не учтенным в рассматриваемом индексе, являются инвестиции в отрасль (рис. 3). Более детальный корреляционный анализ позволил определить характер влияния инвестиций, ИКТП и его субиндексов на количество иностранных посетителей и денежные поступления от туризма (табл. 1). Так, по результатам корреляционного анализа, существует значительная положительная взаимосвязь между отдельными показателями, в частности выявлена высокая взаимосвязь объема инвестиций с количеством международных прибытий (0,72) и поступлений (0,84).

Результаты регрессионного анализа (табл. 2) выявили значимость отдельных факторов в привлечении международных туристов. Контрольные переменные имеют ожидаемые знаки и статистически значимы во всех случаях. Почти все индикаторы национальной конкурентоспособности

Рисунок 2

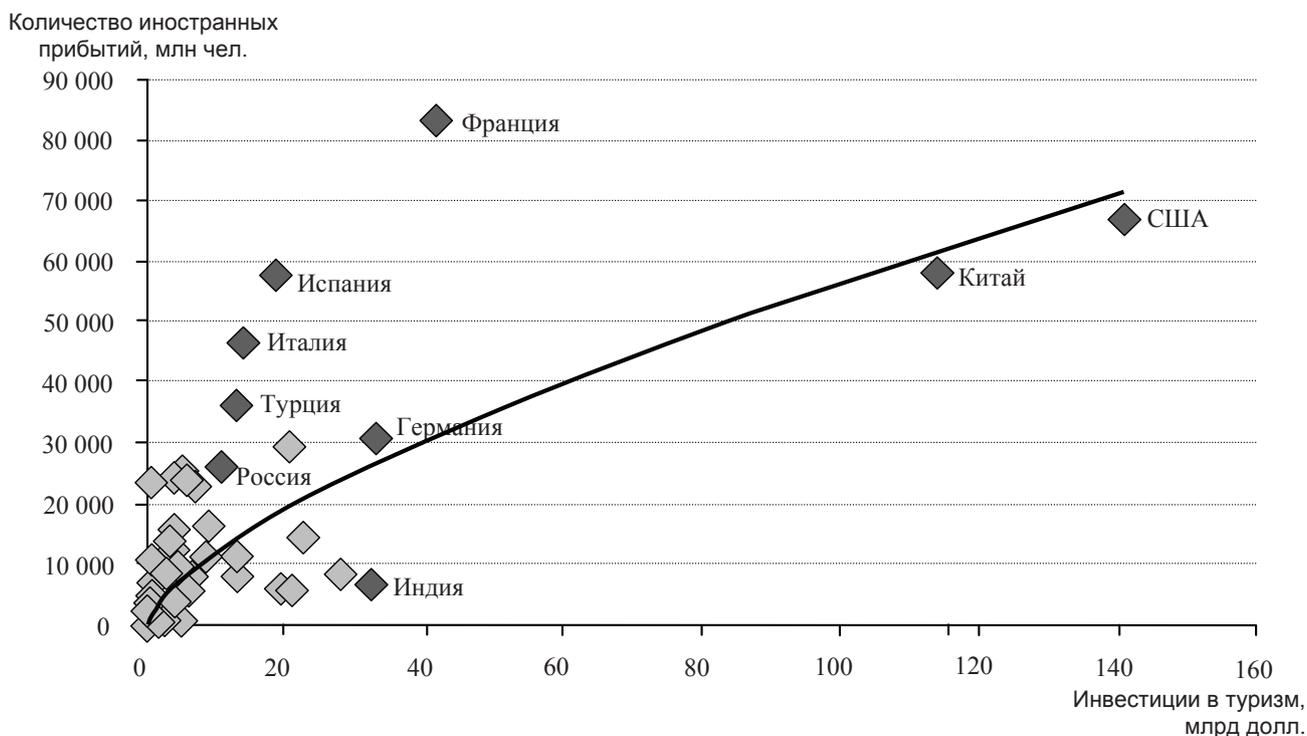
Взаимосвязь между иностранными туристскими потоками и уровнем конкурентоспособности туризма, млн чел.



Источник: составлено по данным доклада ВЭФ за 2015 г.

Рисунок 3

Взаимосвязь между туристскими потоками и объемом инвестиций в экономику туризма



Источник: составлено автором по данным ВККТ и ЮНВТО за 2014 г.

туризма имеют значимое влияние на количество международных прибытий в страну, лишь факторы деловой среды и ценовой конкурентоспособности статистически незначимы. Параметры факторов, объединенных в модели, позволяют сделать вывод о том, что для анализируемых стран мира наиболее важными условиями привлечения международных туристов являются:

- человеческие ресурсы и рынок труда;
- состояние информационных и коммуникационных технологий (ИКТ);
- приоритезация отрасли;
- инфраструктура туристских услуг.

Согласно результатам регрессий рост общего ИКПТ на 1 п. приведет к увеличению количества посетителей на 135%, увеличение индикатора «человеческие ресурсы и рынок труда» на 1 п. приводит к росту туристского потока на 95%, а улучшение состояния ИКТ в стране на 1 п. может увеличить поток на 70% (см. табл. 2). Таким образом, используя результаты регрессий и данные докладов ИКПТ, можно оценивать экономическую эффективность тех или иных реформ и мероприятий и их влияние на дальнейшее развитие туризма во всех странах, в частности и государств Содружества.

Анализ динамики конкурентоспособности туризма в странах СНГ выявил сильные и слабые стороны туристской отрасли. Благодаря богатым природным и культурным ресурсам, а также своей современной инфраструктуре Российская Федерация возглавляет рейтинг стран СНГ и занимает 45-е место в общем мировом рейтинге среди 141 страны в 2015 г., что выше на 18 позиций по сравнению с 2013 г. Далее со значительным отрывом следуют Азербайджан (84-е место), Казахстан (85-е место) и Армения (89-е место). Наименее конкурентоспособными являются Киргизская Республика (116-е место) и Таджикистан (119-е место). К сожалению, Украина не включена в рейтинг в 2015 г. в связи с отсутствием данных. В рейтинге ИКТП данные по Узбекистану были опубликованы лишь в 2008 г. (см. табл.3.). Тогда страна занимала 5-е место в рейтинге стран СНГ и 1-место в Среднеазиатском регионе.

Сильные стороны рассматриваемых стран отмечены по здравоохранению и человеческим ресурсам, по которым государства СНГ занимают ведущие места в мире (табл. 4). Вместе с тем эти страны занимают наименее благоприятные позиции в рейтинге индекса конкурентоспособности туризма из-за таких составляющих, как инфраструктура туристских услуг, качество окружающей среды,

Таблица 1

Оценка взаимосвязи количества международных туристских потоков и показателей индекса конкурентоспособности туризма и путешествий

Показатель	МТП	Экспорт туризма	Инвестиции в туризм	ИКПТ	K ₁	K ₂	K ₃	K ₄	K ₅	K ₆	K ₇	K ₈	K ₉	K ₁₀	K ₁₂	K ₁₃	K ₁₄
МТП	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Экспорт туризма	0,84	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Инвестиции в туризм	0,71	0,85	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ИКПТ	0,61	0,57	0,41	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
K ₁	-0,04	0,02	0,002	-0,01	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
K ₂	0,14	0,11	0,05	0,53	0,004	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
K ₃	0,34	0,22	0,11	0,67	-0,1	0,47	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
K ₄	0,36	0,33	0,24	0,8	-0,01	0,59	0,73	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
K ₅	0,39	0,34	0,2	0,84	0,02	0,6	0,82	0,83	1	-	-	-	-	-	-	-	-
K ₆	0,29	0,27	0,16	0,67	-0,09	0,38	0,48	0,65	0,57	1	-	-	-	-	-	-	-
K ₇	0,31	0,27	0,11	0,67	-0,16	0,3	0,48	0,59	0,57	0,57	1	-	-	-	-	-	-
K ₈	-0,26	-0,25	-0,09	-0,53	0,04	-0,38	0,35	-0,41	-0,47	-0,37	-0,45	1	-	-	-	-	-
K ₉	0,06	0,02	-0,12	0,51	0,03	0,56	0,31	0,4	0,5	0,36	0,39	-0,55	1	-	-	-	-
K ₁₀	0,58	0,56	0,42	0,87	0,07	0,43	0,56	0,7	0,76	0,58	0,52	-0,45	0,36	1	-	-	-
K ₁₁	0,41	0,35	0,19	0,78	0,03	0,55	0,61	0,7	0,79	0,59	0,57	-0,47	0,51	0,72	1	-	-
K ₁₂	0,41	0,35	0,14	0,8	-0,02	0,47	0,71	0,68	0,8	0,69	0,59	-0,48	0,51	0,7	0,7	1	-
K ₁₃	0,5	0,51	0,46	0,62	-0,04	0,04	0,11	0,32	0,28	0,31	0,38	-0,26	0,12	0,48	0,18	0,32	1
K ₁₄	0,77	0,64	0,6	0,71	-0,03	0,13	0,39	0,39	0,45	0,28	0,4	-0,35	0,07	0,63	0,41	0,4	0,66

Источник: расчеты автора.

Таблица 2

Результаты регрессий (зависимая переменная – МТП)

Показатель	ИКПТ	K ₁	K ₂	K ₃	K ₄	K ₅	K ₆	K ₇	K ₈	K ₉	K ₁₀	K ₁₂	K ₁₃	K ₁₄
ИКПТ	1,36*** [0,19]	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
K ₁	-0,001 [-1,9]	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
K ₂	-	-	0,26** [0,12]	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
K ₃	-	-	-	0,23* [0,11]	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Окончание табл. 2

Показатель	ИКПТ	K ₁	K ₂	K ₃	K ₄	K ₅	K ₆	K ₇	K ₈	K ₉	K ₁₀	K ₁₂	K ₁₂	K ₁₃	K ₁₄
K ₄	-	-	-	-	0,96*** [0,17]	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
K ₅	-	-	-	-	-	0,74*** [0,14]	-	-	-	-	-	-	-	-	-
K ₆	-	-	-	-	-	-	0,70*** [0,11]	-	-	-	-	-	-	-	-
K ₇	-	-	-	-	-	-	-	0,46*** [0,10]	-	-	-	-	-	-	-
K ₈	-	-	-	-	-	-	-	-	-0,09 [0,13]	-	-	-	-	-	-
K ₉	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,44** [0,17]	-	-	-	-	-
K ₁₀	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,37*** [0,111]	-	-	-	-
K ₁₁	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,42*** [0,11]	-	-	-
K ₁₂	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,63*** [0,09]	-	-
K ₁₃	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,27** [0,11]	-
K ₁₄	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,32*** [0,11]
log(VВП на душу населения)	0,33** [0,11]	0,98*** [0,07]	0,89*** [0,08]	0,79*** [0,12]	0,64*** [0,09]	0,27* [0,15]	0,76*** [0,07]	0,82*** [0,08]	0,95*** [0,08]	0,90*** [0,08]	0,70*** [0,11]	0,70*** [0,10]	0,45*** [0,10]	0,9*** [0,08]	0,77*** [0,10]
log(население)	0,44*** [0,04]	0,544*** [0,53]	0,59*** [0,05]	0,55*** [0,05]	0,64*** [0,09]	0,57*** [0,05]	0,59*** [0,05]	0,54*** [0,05]	0,55*** [0,05]	0,61*** [0,05]	0,50*** [0,05]	0,57*** [0,05]	0,61*** [0,05]	0,47*** [0,06]	0,38*** [0,08]
Константа	-1,6** [0,65]	-2,8** [0,73]	-3,5*** [0,79]	-2,3** [0,78]	-3,9*** [0,70]	0,71 [0,97]	-4,1*** [0,68]	-2,8*** [0,69]	-2,2*** [1,14]	-4,1*** [0,87]	-1,22 [0,87]	-1,8** [0,75]	-0,66 [0,72]	-2,8*** [0,72]	1,23 [0,9]
Наблюдения	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140
Коэффициент детерминации R ²	0,73	0,65	0,65	0,65	0,71	0,70	0,72	0,69	0,64	0,66	0,66	0,68	0,73	0,65	0,66

Примечание. В квадратных скобках приведены стандартные отклонения.

* Уровень статистической значимости 10%

** Уровень статистической значимости 5%

*** Уровень статистической значимости 1%

Источник: расчеты автора.

Таблица 3

Динамика рейтинга конкурентоспособности туризма стран СНГ за 2007–2013 гг., баллы

Страна	2015	2013	2011	2009	2008	2007	Инвестиции в туризм в 2013 г., млрд долл.	Количество международных прибытий, тыс. чел. (2013)	Прямой вклад туризма в ВВП за 2013 г.
Россия	45 (4,08)	63 (4,16)	59 (4,23)	59 (4,14)	64 (4,04)	68 (4,03)	–	–	–
Украина	–	76 (3,98)	85 (3,83)	77 (3,84)	77 (3,76)	78 (3,89)	0,63	23 013	2,2
Азербайджан	84 (3,48)	78 (3,97)	83 (3,85)	76 (3,84)	79 (3,72)	75 (3,92)	0,34	1 986	2,2
Армения	89 (3,42)	79 (3,96)	90 (3,77)	91 (3,65)	89 (3,63)	74 (3,93)	0,07	843	2
Казахстан	85 (3,48)	88 (3,82)	93 (3,7)	92 (3,65)	91 (3,61)	82 (3,81)	2,4	4 438	1,7
Киргизия	116 (3,08)	111 (3,45)	107 (3,45)	106 (3,45)	113 (3,3)	102 (3,54)	0,07	2 406	1,4
Таджикистан	119 (3,03)	114 (3,41)	118 (3,34)	109 (3,41)	114 (3,24)	110 (3,46)	–	–	–
Узбекистан	–	–	–	–	90(3,62)	–	0,27	1 996	1

Примечание. В скобках приведены абсолютные значения ИКПТ; данные по Узбекистану в докладах ВЭФ представлены только за 2008 г.
Источник: отчеты ВЭФ «Конкурентоспособность туризма и путешествий» и данные ЮНВТО за 2013 г.

Таблица 4

Субиндексы конкурентоспособности туризма стран СНГ за 2015 г.

Страна	Место в общем рейтинге	Поддерживающая среда						Туристская политика и вспомогательные условия				Инфраструктура				Природные и культурные ресурсы			
		Субиндекс	K ₁	K ₂	K ₃	K ₄	K ₅	Субиндекс	K ₆	K ₇	K ₈	K ₉	Субиндекс	K ₁₀	K ₁₂	K ₁₂	K ₁₃	K ₁₄	
Россия	45-е	62	109	126	6	38	46	99	90	99	41	106	49	22	92	54	23	34	21
Азербайджан	84-е	45	65	36	44	36	52	93	58	107	65	94	87	84	65	93	118	130	75
Армения	89-е	57	50	38	48	71	69	95	80	83	77	97	84	92	97	73	130	136	99
Казахстан	85-е	36	44	72	7	37	48	106	84	124	49	91	89	76	102	81	112	111	101
Киргизия	116-е	76	81	97	53	70	99	115	115	111	15	124	127	121	125	122	119	120	97
Таджикистан	119-е	89	123	76	57	51	130	124	109	110	73	123	121	96	111	133	111	108	108

Источник: доклад ВЭФ «Конкурентоспособность туризма и путешествий», 2015.

количество видов биологических популяций, защита наземного биома, количество международных ярмарок и выставок, доля экспорта креативной индустрии в мировой экономике. Более того, недостаточно развитый потенциал туристской отрасли и ее слабая приоритезация в национальных стратегиях и программах развития обуславливают относительно низкую ее долю в ВВП этих стран (см. табл. 3).

Итак, уполномоченные органы при определении приоритетных направлений в разработке долгосрочных планов развития туризма могут основываться на результатах исследования. Дальнейший детальный анализ на основе бенчмаркинга показал, что результат повышения показателя инфраструктуры туристских услуг России (текущая оценка – 4,65) на 1 п. обеспечит уровень инфраструктуры с показателями Бельгии или Германии (5,65), где среднее количество номеров гостиниц на 100 чел. равен 0,9. В России этот показатель равен 0,2. Таким образом, можно определить целевые индикаторы для каждой отдельной страны. Повышение индикатора инфраструктуры туристских услуг на 1 п. увеличит поток посетителей на 63%, или:

- в России – на 16,2 млн чел.;
- на Украине – на 14 млн чел.;

- в Казахстане – на 2,8 млн чел.;
- в Киргизии – на 1,5 млн чел.;
- в Узбекистане – на 1,3 млн чел.;
- в Азербайджане – на 1,2 млн чел.;
- в Армении – на 840 млн чел.

Выводы

Анализ показателей развития туризма и национальной конкурентоспособности туристской отрасли выявил значительную взаимосвязь между исследуемыми переменными. Так как национальная конкурентоспособность туризма является многогранной концепцией, успешное развитие дестинации требует комплексного подхода к разработке долгосрочных планов развития для повышения конкурентоспособности и обеспечения устойчивости. В ходе исследования выявлено четко выраженное отставание стран СНГ по инфраструктуре туристских услуг, наземного транспорта, продвижению страны на международных ярмарках и выставках и некоторым другим параметрам. Решение изложенных проблем требует поддержки со стороны правительств всех государств. Выдвижение совместными усилиями туристского продукта под брендом «СНГ – мост между Европой и Азией» благоприятно отразится как на имидже каждой отдельной страны, так и на имидже СНГ в целом.

Список литературы

1. Морозов М.А., Бубнова Г.В., Щедловская М.В. Применение математических моделей для оценки конкурентоспособности туристской дестинации Наро-Фоминского муниципального района // Современная конкуренция. 2012. № 6. С. 131–141.
2. Барчуков И.С. Методы научных исследований в туризме. М.: Академия, 2008. 224 с.
3. Киселева И.А., Трамова А.М. Моделирование развития туристско-рекреационного комплекса региона // Экономический анализ: теория и практика. 2014. № 14. С. 13–19.
4. Морозов М.А., Войт М.Н. Конкурентоспособность туристской дестинации, анализ ее основных конкурентных преимуществ // Современная конкуренция. 2013. № 3. С. 82–92.
5. Морозова Н.С., Морозов М.А. Предпринимательство и конкуренция в туризме: монография. М.: РосНОУ. 2010. 136 с.
6. Морозов М.А., Морозова Н.С. Оценка привлекательности туристских дестинаций // Вестник РГТЭУ. 2012. № 7-8. С. 41–49.
7. Московкин В.М. Применение методов бенчмаркинга для анализа туристской индустрии России // Региональная экономика: теория и практика. 2013. № 3. С. 10–18.
8. Никифоров И.В. Принципы развития туристских дестинаций // Журнал правовых и экономических исследований. 2012. № 4. С. 158–161.
9. Портер М.Ю. Конкурентная стратегия: методы анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 464 с.

10. *Gabor M.R., Contiu L.C., Oltean F.D.* A Comparative Analysis Regarding European Tourism Competitiveness: Emerging Versus Developed Markets // *Procedia Economics and Finance*. 2012. Vol. 3. P. 361–366.
11. *Gooroochurn N., Sugiyarto G.* Measuring competitiveness in the travel and tourism industry. Christel DeHaan Tourism and Travel Research Institute, Discussion Paper Series, University of Nottingham, 2004.
12. *Dupeyras A., MacCallum N.* Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism. A Guidance Document. *OECD Tourism Papers*, 2013, no. 2. URL: <http://www.oecd.org/cfe/tourism/Indicators%20for%20Measuring%20Competitiveness%20in%20Tourism.pdf>.
13. *Durbarry R.* Tourism and Economic Growth: The Case of Mauritius // *Tourism Economics*. 2004. Vol. 10. № 3. P. 389–401.
14. *Dwyer L., Forsyth P., Rao P.* The price competitiveness of travel and tourism: a comparison of 19 destinations // *Tourism Management*. 2000. Vol. 21. Iss. 1. P. 9–22.
15. *Zirulia L.* Competition Between and Within Tourist Destinations // *Advances in Tourism Economics: Impact Analysis*. Heidelberg, Springer, Physica-Verlag, 2011, pp. 31–41.
16. *Mazanec J., Wyber K., Zins A.* Tourism destination competitiveness: From definition to explanation? // *Journal of Travel Research*. 2007. Vol. 46. № 1. P. 86–95.
17. *Ritchie J.R.B., Crouch G.I.* The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective. Wallingford, Oxon, GBR, CABI Publishing, 2005, 290 p.
18. *Spence A.M., Hazard H.A.* International Competitiveness, Cambridge: Ballinger Publishing Company, 1988.
19. *Hassan S.S.* 'Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry' // *Journal of Travel Research*. 2000. Vol. 38. № 3. P. 239–245.

**ANALYZING THE NATIONAL COMPETITIVENESS OF TOURISM AND TRAVEL:
IMPLICATIONS FOR CIS COUNTRIES**

Nilufar N. SAFAROVA

Institute of Forecasting and Macroeconomic Research under Cabinet of Ministers of Republic of Uzbekistan,
Tashkent, Republic of Uzbekistan
nilufarxon@yahoo.co.uk

Article history:

Received 8 April 2015

Accepted 15 June 2015

Keywords: Travel & Tourism
Competitiveness Index, TTCI,
destination, infrastructure,
resources

Abstract

Importance The article addresses the issues of competition and competitive ability of a destination, which enable to make a comparative analysis of the tourism industry of countries and regions with the world leaders in this area and find new approaches for further development.

Objectives The study aims to review the importance of the indicators of competitiveness of the tourism industry in various countries for attracting international tourists; to identify the main factors limiting the tourism development in the CIS nations; to make recommendations for further improvement of the national competitiveness of tourism.

Methods The study employed the methods of cross-section regression analysis, international benchmarking, correlation analysis, synthesis, induction and deduction.

Results The correlation analysis shows that competitiveness of the industry and investments in tourism are crucial factors in determining the international tourist flows. I assess the impact of each component of the Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI) on international tourist flows. According to the findings, major competitive advantages of the CIS destinations are concentrated in human, natural and cultural tourism resources, which create fundamental conditions for attracting foreign visitors. Almost all the considered countries have a very high rating of public health and sanitation. The weakness of the countries is the tourist infrastructure. It requires government support and regulation for promotion and development.

Conclusions To improve the competitiveness of the CIS countries' tourism sector, it is necessary to further develop tourism infrastructure, promote tourism products internationally, reinforce the country image, protect nature and tourism resources, ratify international conventions etc.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2015

References

1. Morozov M.A., Bubnova G.V., Shchedlovskaya M.V. Primenenie matematicheskikh modelei dlya otsenki konkurentosposobnosti turistskoi destinatsii Naro-Fominskogo munitsipal'nogo raiona [Applying mathematical models to assess the competitiveness of tourist destinations of the Naro-Fominsk municipal district]. *Sovremennaya konkurenciya = Modern Competition*, 2012, no. 6, pp. 131–141.
2. Barchukov I.S. *Metody nauchnykh issledovaniy v turizme* [Methods of academic research in tourism industry]. Moscow, Akademiya Publ., 2008, 224 p.
3. Kiseleva I.A., Tramova A.M. Modelirovanie razvitiya turistsko-rekreatsionnogo kompleksa regiona [Modeling the development of tourism-and-recreation complex of the region]. *Ekonomicheskii analiz: teoriya i praktika = Economic Analysis: Theory and Practice*, 2014, no. 14, pp. 13–19.
4. Morozov M.A., Voit M.N. Konkurentosposobnost' turistskoi destinatsii, analiz ee osnovnykh konkurentnykh preimushchestv [The competitiveness of tourist destinations, analysis of major competitive advantage]. *Sovremennaya konkurenciya = Modern Competition*, 2013, no. 3, pp. 82–92.
5. Morozova N.S., Morozov M.A. *Predprinimatel'stvo i konkurenciya v turizme* [Entrepreneurship and competition in tourism]. Moscow, Russian New University Publ., 2010, 136 p.
6. Morozov M.A., Morozova N.S. Otsenka privlekatel'nosti turistskikh destinatsii [Assessing the attractiveness of tourist destinations]. *Vestnik Rossiiskogo gosudarstvennogo torgovo-ekonomicheskogo universiteta = Bulletin of Russian State University of Trade and Economics*, 2012, no. 7-8, pp. 41–49.

7. Moskovkin V.M. Primenenie metodov benchmarkinga dlya analiza turistskoi industrii Rossii [Using the benchmarking techniques to analyze the tourism industry of Russia]. *Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika = Regional Economics: Theory and Practice*, 2013, no. 3, pp. 10–18.
8. Nikiforov I.V. Printsipy razvitiya turistskikh destinatsii [Principles of tourist destinations development]. *Zhurnal pravovykh i ekonomicheskikh issledovaniy = Journal of Legal and Economic Studies*, 2012, no. 4, pp. 158–161.
9. Porter M.E. *Konkurentnaya strategiya: metody analiza otraslei i konkurentov* [Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors]. Moscow, Al'pina Biznes Buks Publ., 2005, 464 p.
10. Gabor M.R., Contiu L.C., Oltean F.D. A Comparative Analysis Regarding European Tourism Competitiveness: Emerging Versus Developed Markets. *Procedia Economics and Finance*, 2012, vol. 3, pp. 361–366.
11. Gooroochurn N., Sugiyarto G. Measuring competitiveness in the travel and tourism industry. Christel DeHaan Tourism and Travel Research Institute, Discussion Paper Series, University of Nottingham, 2004.
12. Dupeyras A., MacCallum N. Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism. A Guidance Document. *OECD Tourism Papers*, 2013, no. 2. Available at: <http://www.oecd.org/cfe/tourism/Indicators%20for%20Measuring%20Competitiveness%20in%20Tourism.pdf>.
13. Durbarry R. Tourism and Economic Growth: The Case of Mauritius. *Tourism Economics*, 2004, vol. 10, no. 3, pp. 389–401.
14. Dwyer L., Forsyth P., Rao P. The price competitiveness of travel and tourism: a comparison of 19 destinations. *Tourism Management*, 2000, vol. 21, iss. 1, pp. 9–22.
15. Zirulia L. Competition Between and Within Tourist Destinations. *Advances in Tourism Economics: Impact Analysis*. Heidelberg, Springer, Physica-Verlag, 2011, pp. 31–41.
16. Mazanec J., Wöber K., Zins A. Tourism Destination Competitiveness: From Definition to Explanation? *Journal of Travel Research*, 2007, vol. 46, no. 1, pp. 86–95.
17. Ritchie J.R.B., Crouch G.I. *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Wallingford, Oxon, GBR, CABI Publishing, 2005, 290 p.
18. Spence A.M., Hazard H.A. *International Competitiveness*, Cambridge, MA, Ballinger Publishing Company, 1988.
19. Hassan S.S. Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. *Journal of Travel Research*, 2000, vol. 38, no. 3, pp. 239–245.